

MEUBLE / SIÈGE / LITERIE / CUISINE

FÉVRIER 2025

Dossier

Les tendances dans la literie en 2025

LE SOMMEIL FRANÇAIS

PROFESSION

IPEA : nouveau coup de frein en 2024 pour le meuble

CUISINE

Les tendances de la cuisine équipée en 2025

FOURNISSEUR

Ligne Roset et Trust-Place ensemble pour l'authenticité

journalmarket.fr

Journal Market

RÉDACTION, ABONNEMENTS, PUBLICITÉ
2196 boulevard de la Lironde
Parc Agropolis II - Bât. 3
34980 Montferrier-sur-Lez

04 67 58 82 28
market@journalmarket.fr
www.journalmarket.fr

JOURNAL MARKET
est un media professionnel
fondé en 1969.

N° de TVA Inter communautaire :
FR 79.602.020.984

Edité par JOURNAL MARKET SAS,
une filiale de GROUPE L'OFFICIEL,
2196 boulevard de la Lironde
Parc Agropolis II - Bât. 3
34980 Montferrier-sur-Lez

#journal.market.magazine
#JournalMarket

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION & DE LA RÉDACTION
Gilles VERRIÈS

JOURNALISTES
Sarah Jay DE ROSA
Christian CAPITAINE
Sandrine PANOSSIAN-KAHN

INFOGRAPHISTE
David SOARES

RÉDACTION
04 67 58 82 28
s.derosa@journalmarket.fr

PETITES ANNONCES & PUBLICITÉS
04 67 58 82 28
market@journalmarket.fr



Par Gilles VERRIÈS

Nouvelle année, nouvelle formule ! Comme nous vous l'avons annoncé, vous consultez actuellement notre premier magazine de Journal Market 100 % digital. Nouveau format, nouvelle maquette, nouvelles rubriques, nouvelle segmentation des petites annonces : nous en avons profité pour faire évoluer en profondeur notre media professionnel. Nous espérons que nos choix répondront à vos attentes et nous avons hâte de recueillir vos avis sur notre nouvelle formule.

Ce premier numéro de l'année 2025 fait la part belle aux tendances actuelles dans la literie et dans la cuisine équipée. Pour recueillir leurs avis sur ce sujet, nous avons ainsi échangé et donné la parole à plusieurs experts de ces secteurs-clés du marché du meuble en France. Marché qui, d'ailleurs, nous dévoile ses chiffres pour l'année 2024 grâce à l'Ipea (Institut de prospective et d'études de l'ameublement) qui a tenu sa présentation annuelle, sous l'égide de Christophe Gazel. Comme on pouvait s'y attendre, étant donné la morosité palpable et confirmée sur le terrain lors de nos différentes rencontres avec les distributeurs ou les fabricants, ces chiffres ne sont pas bons.

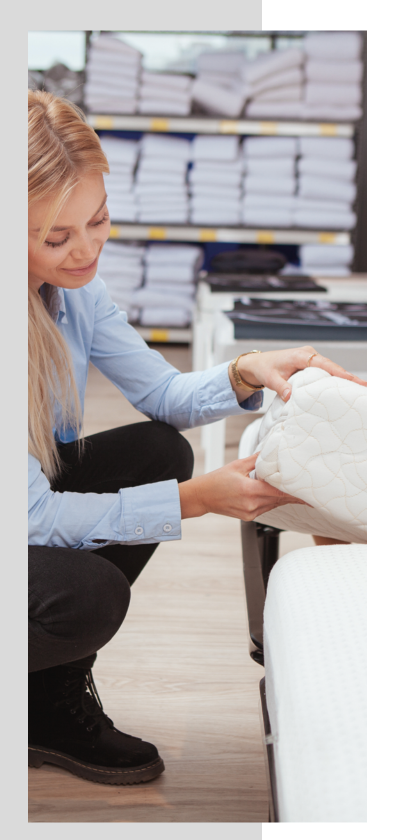
La tendance à la baisse du marché du meuble en France en 2023 a été reconduite et même accentuée en 2024. Cette régression de pas moins de 5,1 % fait ainsi repasser le chiffre d'affaires global du marché sous la barre symbolique des 14 milliards d'euros. Étant donné l'attentisme des consommateurs face à un environnement économique, politique et géopolitique incertain, la vente de meubles n'est pas le seul secteur d'activité en berne actuellement, le marché automobile ayant par exemple chuté de plus de 3 % dans l'Hexagone en 2024 et restant encore très éloigné de ses scores de 2019, avant la crise sanitaire du Covid-19.

Dans le détail, toutes les familles de produits composant le marché du meuble ne sont pas logées à la même enseigne. Il en est de même pour les différents canaux de distribution. La literie, par exemple, tire plutôt bien son épingle du jeu et surperforme le marché avec une contraction de son activité limitée à 2,1 % en 2024, par rapport à 2023, grâce à des paniers moyens de vente qui se maintiennent. Retrouvez tous les détails des statistiques du marché du meuble en 2024 dans les pages qui suivent.


MOBALPA
UNE FRANCHISE UNIQUE, COMME VOUS
Une réussite qui cadre avec vos envies
DEVENEZ FRANCHISÉ MOBALPA
Rejoignez nos 243 points de vente en France et contribuez à l'embellissement de millions de foyers.



Profession étude



Profession dossier



Fournisseur



Cuisine dossier

IPEA : nouveau coup de frein, en 2024, sur les achats de meubles





Pénalisé par les contreperformances du marché de l'immobilier et les arbitrages budgétaires des Français, le marché du meuble a reculé une nouvelle fois l'an passé, pour passer sous la barre symbolique des 14 milliards d'euros.

« Un marché difficile, mais résistant ». C'est en ces termes que Guenhaël Seveno, président de l'Ipea (Institut de prospective et d'études de l'ameublement) a dépeint, mardi 11 février 2025 lors de la conférence de presse annuelle de l'institut, le secteur du meuble en 2024. Après avoir accusé une baisse de sa valeur de 2 % en 2023, il a de nouveau chuté, l'an passé, de 5,1 %, portant son chiffre d'affaires à 13,8 milliards d'euros. C'est une perte, sur un an, de 700 millions d'euros. *« Face à un environnement économique et géopolitique incertain, le consommateur a continué de naviguer à travers des transformations majeures »*, a expliqué Guenhaël Seveno. Et de poursuivre : *« Pouvoir d'achat, arbitrages budgétaires, attentisme : les Français ont reporté leurs achats de meubles en attendant des jours meilleurs. Et ce, alors que l'inflation est revenue à des niveaux plus sages. Cependant, les hausses des prix de ces dernières années sont restées dans l'esprit des consommateurs, affectant ainsi leur comportement sur leurs priorités budgétaires. »*

Les achats en ruralité ont porté le marché

Le président de l'Ipea a pointé une autre cause du repli des ventes de produits d'ameublement en 2024 : les fortes chutes de l'immobilier dans les segments du neuf et de l'ancien. *« Un tiers des achats de meubles sont liés aux déménagements. C'est dire combien notre secteur est liée à celui de l'immobilier »*, a-t-on constaté au sein de l'Ipea. Toutefois, les contreperformances de l'activité immobilière auraient pu être plus pénalisantes pour les ventes de meubles. En effet, a indiqué Guenhaël Seveno, *« le bien-être chez soi continue d'être un argument marketing fort relayé par les acteurs de la filière. »*

Trois constats ont également été dressés par l'Ipea sur l'état des lieux du marché de l'ameublement en 2024. Premièrement, toutes les familles de produits n'ont pas été logées à la même enseigne, avec des univers liés au confort (literie et siège) qui s'en sont mieux sortis que ceux du rangement. Deuxièmement, un écart s'est creusé, l'an passé, entre les marchés de l'équipement et du renouvellement. Troisièmement, les Français des zones rurales ont davantage investi dans l'aménagement de leur maison que ceux installés en milieu urbain.

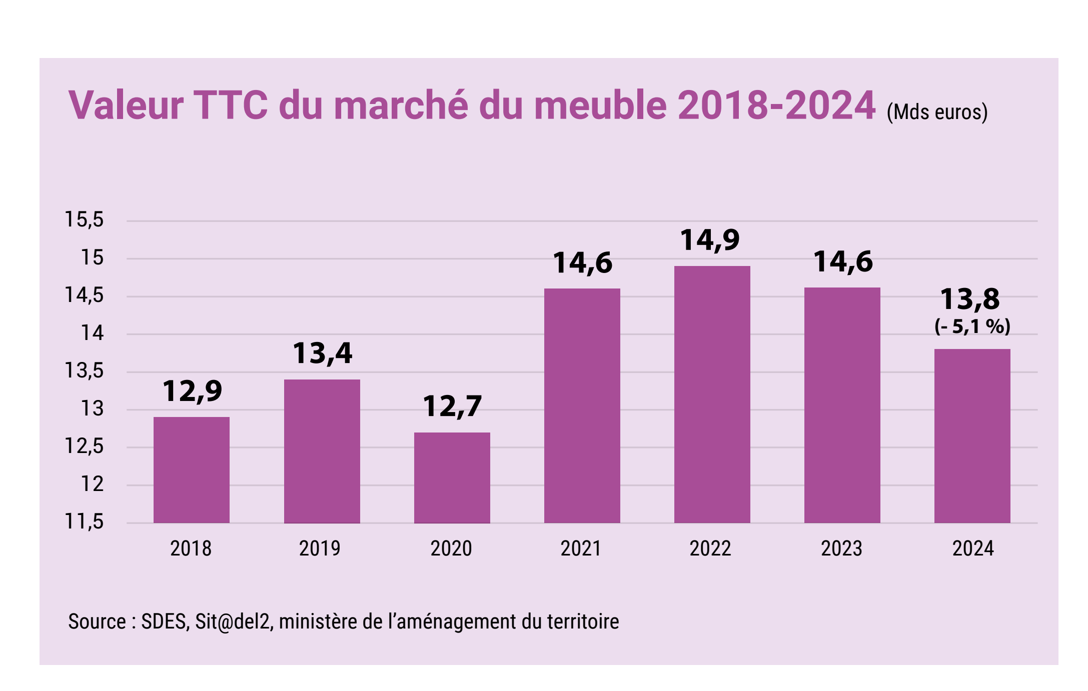
Les marques au soutien de la literie

Par famille de produits, la literie, malgré un recul sur l'exercice de 2,1 %, à 2 milliards d'euros (pesant 14,8 % de l'univers global), a surperformé le marché du meuble en 2024 avec une chute d'activité deux fois inférieure à celle du secteur. À la source de ces bons résultats de la literie, on retient, à l'Ipea, les nombreuses animations promotionnelles orchestrées, tout au long de l'année, par la grande distribution et les spécialistes de la literie, ainsi que *« le renforcement du maillage de ces revendeurs spécialisés qui a*

■■■

À RETENIR

- Recul du marché du meuble en 2024.
- Impact de l'immobilier et des zones rurales.
- Performance variable des familles de produits.



Source : SDES, Sit@del2, ministère de l'aménagement du territoire

permis de soutenir le rythme du marché dans des proportions assez élevées », a relevé le président de l'Ipea. Et Guenhaël Seveno de noter également : *« Le panier moyen du marché s'est maintenu grâce à la vente de produits de grandes dimensions (160 et 180 centimètres). Aussi, il est à saluer la "positive attitude" des marques, qui restent des éléments importants dans le développement de la literie. »*

Deuxième segment du meuble à avoir résisté l'an passé : celui des sièges rembourrés, avec une chute de sa valeur de 4 % pour redescendre à 2,5 milliards d'euros (17,9 % des parts de marché du secteur de l'ameublement). À noter qu'ici les canapés et fauteuils s'en sont mieux tirés que la catégorie de la banquette, cette dernière supportant les difficultés rencontrées par les pure-players. S'agissant de la famille des canapés, *« l'offre convertible séduit de plus en plus, tout comme les gammes de relaxation, et notamment celles équipées de rangement »*, a indiqué Guenhaël Seveno.

Le meublant "en voie de recomposition"

Parmi les univers du meuble qui ont davantage souffert, l'an passé, figure, d'une part, celui du meublant : son chiffre d'affaires s'est contracté de 5,3 % pour peser 4,5 milliards d'euros (32,8 % de la structure du marché ameublement). *« Le meublant est en voie totale de recomposition*, a remarqué Christophe Gazel, directeur général de l'Ipea, *avec des Français que ne pensent plus "mètre carré de logement" mais "mètre cube". Dans cette perspective, le meublant se trouve de plus en plus concurrencé par le "meuble coffre", le Covid ayant fait exploser les besoins de rangement dans l'habitat. »* Autre phénomène à l'œuvre sur ce segment du meublant : *« Nous nous dirigeons de plus en plus vers des solutions pour l'agencement de la maison*, a relevé Christophe Gazel, *avec certes de la création de valeur plus importante, mais avec une baisse des volumes conséquente. »*

La cuisine pénalisée par l'immobilier

Famille de produits qui caracolait en tête depuis plusieurs années, la cuisine équipée a enregistré, l'an passé, une baisse de 6,2 % de sa valeur (soit 3,7 milliards d'euros ventilés). *« Entre des ménages frileux côté investissement dans un nouveau logement, un marché de l'immobilier neuf au plus bas et l'immobilier ancien en panne, les obstacles étaient trop nombreux pour que le segment de la cuisine intégrée puisse espérer faire mieux »*, a-t-on constaté au sein l'Ipea. *« Même constat opéré pour la catégorie du meuble de salle de bains, qui s'est retrouvée coincée par ce frein de l'immobilier »*, a constaté Christophe Gazel. Résultat : son chiffre d'affaires a dévissé, l'an passé, de 7,2 % pour atterrir à 500 millions d'euros. Citons, enfin, le mobilier de jardin (à - 8,4 % pour un CA de 600 millions d'euros), lourdement pénalisé par une météo défavorable (selon Météo France, 2024 a figuré parmi les dix années les plus pluvieuses depuis 1956 !). *« Reste que ce segment de produit garde une orientation favorable dans les arbitrages de Français qui souhaitent aménager leur balcon ou leur jardin »*, a affirmé le directeur général de l'Ipea.

Grande distribution ameublement : un recul marqué

Sur le plan des canaux de vente, confrontés à un manque de fréquentation en magasin et à un contexte économique incertain, la plupart des acteurs ont enregistré des résultats en baisse. Pourtant, certains segments ont mieux résisté que d'autres.

Evolution en valeur par familles de produits

Milliards d'euros courants TTC

	2024	Evolution 2024/2023	Structure du marché 2024
Meuble meublant	4,5	- 5,3 %	32,8 %
Cuisine intégrée	3,7	- 6,2 %	26,7 %
Canapés, fauteuils et banquettes	2,5	- 4 %	17,9 %
Literie	2	- 2,1 %	14,8 %
Meuble de jardin	0,6	- 8,4 %	4,3 %
Meuble de salle de bains	0,5	- 7,2 %	3,5 %
TOTAL	**13,8**	**- 5,1 %**	**100 %**

Source : IPEA

Structure de la distribution en 2024

Circuits de distribution	Part de marché	Chiffre d'affaires en milliards d'euros TTC	Evolution 2024/2023
Grande distribution ameublement	38,7 %	5,4	- 4,4 %
Spécialistes	24,8 %	3,4	- 4,2 %
Grandes surfaces de bricolage	12,4 %	1,7	- 8,7 %
Ameublement milieu/haut de gamme	11 %	1,5	- 4,2 %
E-commerce (pure players)	8,9 %	1,2	- 6,9 %
Autres circuits	4,2 %	0,6	- 3,2 %
TOTAL	**100 %**	**13,8**	**- 5,1 %**

Traitements et estimations IPEA - Sources : IPEA, Insee

> *Un marché difficile, mais résistant*

Les enseignes de la grande distribution spécialisée en ameublement ont enregistré une baisse de 4,4 % de leurs ventes sur l'année 2024. Ce repli s'explique par *« les difficultés du segment du meublant, qui pèse près de la moitié des ventes en valeur »*, a-t-on observé à l'Ipea. Malgré des efforts sur les prix, notamment à partir de l'automne, les performances sont restées inférieures à celles des enseignes spécialisées du milieu-haut de gamme.

Spécialistes : des performances contrastées

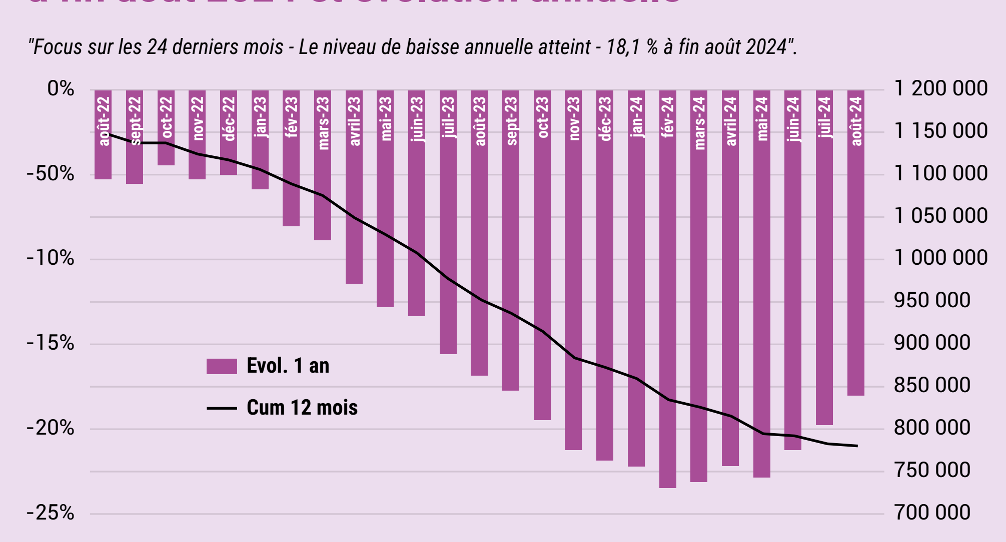
Avec une baisse de 4,2 % de leur acticité, les spécialistes de l'ameublement ont connu une situation proche de celle de la grande distribution. Toutefois, plusieurs sous-segments ont présenté des tendances différenciées. Les spécialistes de la literie ont, d'une part, affiché une légère progression en valeur (soutenue par l'ouverture de nouveaux points de vente et des opérations promotionnelles), les spécialistes du salon ont, quant à eux, résisté grâce à des stratégies de communication et des promotions bien ciblées. Enfin, les cuisinistes ont été en plus grande difficulté, *« affectés par le recul du marché de la cuisine et un allongement des cycles de décision des consommateurs »*, a-t-on relevé à l'Ipea.

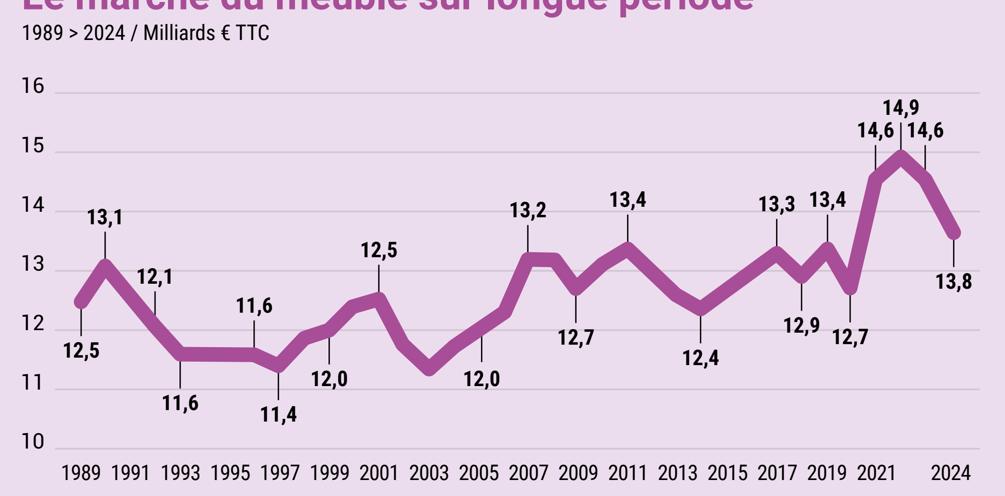
Milieu-haut de gamme : un ancrage rural salvateur

Dernier canal de vente analysé par l'Ipea, celui des enseignes positionnées sur le segment milieu-haut de gamme a enregistré un repli de son activité de 4,2 %, mais a affiché une meilleure résistance *« grâce à son ancrage territorial »*. Ce circuit a tiré notamment parti du marché des sièges rembourrés, avec une clientèle plus âgée à la recherche de produits plus confortables. La démographie joue en faveur de ces enseignes : le vieillissement de la population française devrait constituer un levier de croissance dans les années à venir.

Christian Capitaine







DÉCOUVREZ NOS **PETITES ANNONCES**

à saisir dès maintenant !







Cliquez sur la catégorie
"en magasin", *"btob"* ou *"business"*
pour découvrir les dernières
petites annonces sur notre site web.

Pour connaître les modalités de publication,
les tarifs et les dates de parution
contactez-nous par téléphone
au **04 67 58 82 28** ou par email
à **market@journalmarket.fr**.

www.journalmarket.fr

Journal Market





DOSSIER

Literie 2025 : quelles tendances dans un marché en repli ?

Lors de sa présentation annuelle, comme vous avez pu le constater dans les pages précédentes, l'Ipea a annoncé un repli du marché du meuble en France en 2024 de 5,1 %. Dans ce contexte morose, la literie est le segment qui s'en sort le mieux avec une baisse de 2,1 % en 2024 par rapport à 2023.

Qu'en est-il des tendances de la literie en 2025 ? Nous avons contacté les grandes marques du secteur afin de dresser le panorama des tendances 2025. Pour enrichir notre analyse, nous avons également interviewé François Duparc, Président du collectif Parlons Literie, et Patrick Reguillon, Directeur Général de la société Le Sommeil Français.

Parlons Literie : les tendances et enjeux du marché selon François Duparc

PARLONS LITERIE

Bien choisir pour mieux dormir

1.2

Le marché de la literie évolue sans transformations radicales, mais plusieurs tendances se démarquent. L'hybridation des matelas, l'essor des technologies intégrées et la prise de conscience écologique modifient les attentes des consommateurs. Dans un contexte économique incertain, les spécialistes de la distribution tirent leur épingle du jeu en répondant à une demande croissante pour des produits de qualité et personnalisés. Voici le compte-rendu de notre entretien avec François Duparc, Président du collectif Parlons Literie.

À RETENIR

- L'hybridation des matelas en hausse.
- Un marché tourné vers la personnalisation et la responsabilité.
- Des défis économiques mais des opportunités pour les spécialistes.



1.1

Une hybridation croissante des matelas

Le marché de la literie ne connaît pas de bouleversements majeurs, mais certaines tendances se dégagent. Parmi elles, l'hybridation des matelas semble prendre de l'ampleur. Comme l'explique François Duparc [1.1], Président de Parlons Literie [1.2] : *« Côté produit, nous ne remarquons pas de grosses évolutions du marché. Le latex reste très bas, bien réduit au niveau de parts de marché. Il y a plutôt une conception d'hybridation des matelas qui s'empare des tendances. Les consommateurs veulent plus de conforts différenciés pour leur matelas et cette variété*

concerne plutôt l'univers des fabricants haut de gamme. »

Les matelas connectés : une réelle innovation ?

L'intégration des nouvelles technologies dans la literie suscite des interrogations. Si certains fabricants misent sur les matelas connectés, la pertinence de ces innovations reste discutée. *« Concernant les matelas connectés, il faut se demander s'il y a vraiment un progrès en cela. C'est vrai que c'est un sujet très intéressant »*, indique François Duparc. De nouvelles tendances se dessinent toutefois, notamment avec l'ajout d'éclairages intégrés et de systèmes permettant de brancher un smartphone directement sur le cadre de lit.

Une fréquence de renouvellement encore trop faible

En France, le renouvellement des matelas reste trop peu fréquent. Beaucoup de consommateurs conservent leur literie plus de dix ans, ce qui pose un véritable enjeu de sensibilisation. Pour François Duparc, les magasins physiques ont un rôle essentiel à jouer : *« Les Français changent leur matelas chaque dix ans ou parfois plus. Il faut conseiller les consommateurs, les guider vers le meilleur choix pour leur achat, leur donner des recommandations. Le magasin doit être l'endroit idéal pour essayer les produits. »*

S'il reconnaît l'importance du commerce en ligne, il insiste sur l'expérience en magasin pour choisir une literie adaptée à ses besoins : *« On n'est pas négatifs sur les achats en ligne, mais il faut essayer les matelas afin de prévoir les contraintes morphologiques. »*


1.3

Des dimensions et un design en pleine évolution

Les habitudes des consommateurs changent également en termes de dimensions de matelas. Le format 160 cm gagne du terrain face au 140 cm traditionnel. De plus, la personnalisation devient un critère de choix prépondérant. Le marché des têtes de lit continue à se développer, avec un design généralement sobre. *« La personnalisation est de plus en plus demandée. Le marché des têtes de lit continue à progresser avec un design plutôt sobre. »*

La Génération Z : une nouvelle approche du confort

Une étude récente menée par Parlons Literie met en lumière l'influence des jeunes consommateurs sur le marché. La Génération Z [1.3] passe plus de temps dans son lit et cherche à créer une atmosphère chaleureuse dans sa chambre. *« Par rapport à une étude sur la Génération Z que nous avons réalisée, nous avons pu remarquer que cette tranche de consommateurs passe plus de temps de leur journée au lit, donc ils cherchent une ambiance plus cocon pour leur chambre. Les solutions et le design donc vont vers cette tendance. »*

Un consommateur plus responsable

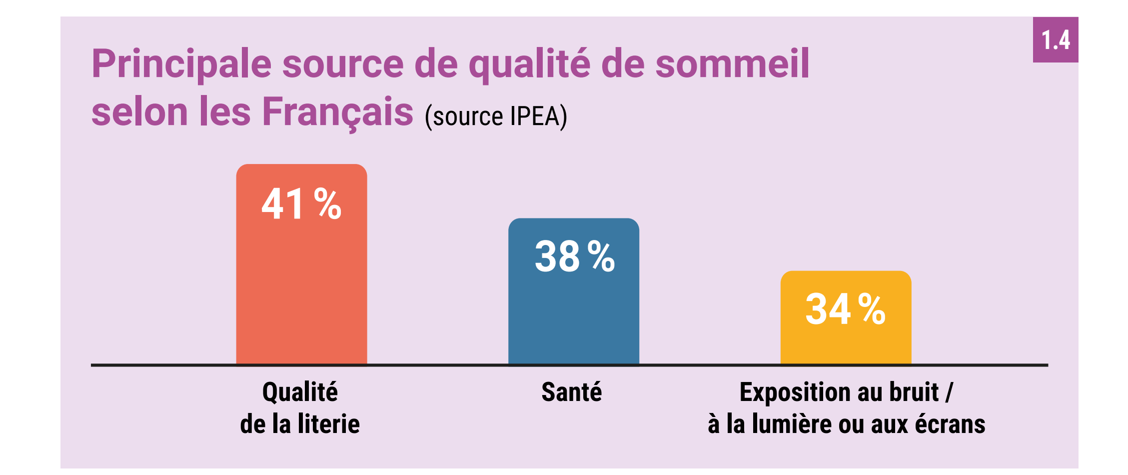
Si les matériaux n'ont pas connu de grandes évolutions récentes, la conscience écologique des consommateurs a, elle, nettement progressé. Les acheteurs accordent une importance croissante au made in France et à la proximité de la fabrication.

> *« En France, le renouvellement des matelas reste trop peu fréquent »*

Pour François Duparc, cette tendance est un atout : *« Il y a de plus en plus de consommateurs responsables, qui privilégient le made in France et la fabrication de proximité. Tout cela est favorable surtout pour assurer aux consommateurs un meilleur rapport qualité-prix, critère d'achat qui reste très important. »*

Une conjoncture délicate pour les distributeurs

Le contexte géopolitique et économique mondial impacte également le secteur de la literie. Entre les tensions avec la Chine et l'incertitude politique aux États-Unis, la distribution doit faire face à des défis majeurs. *« Le contexte actuel est un peu tendu, étant donné la situation de la Chine et l'élection de Trump aux États-Unis. Il y aura une possibilité de tirer plus sur les prix qui favorisera la distribution. »* Cependant, les spécialistes de la distribution comme Grand Litier, France Literie ou La Compagnie du Lit tirent leur épingle du jeu : *« Les Français sont de plus en plus intéressés à la qualité de leur lit et de leur sommeil* [1.4]*. Le marketing aussi prend une place importante, c'est pourquoi des grands acteurs de la distribution dans la literie s'en sortent mieux. »*



Sarah Jay DE ROSA



À RETENIR

- Production 100 % fabriqué in France.
- Forte demande pour des matelas de grandes dimensions dans le haut de gamme.
- Fort développement de Biotex dans les oreillers à mémoire de forme.

Le Sommeil Français
nous dévoile le présent et le futur de la literie



1.1

Le marché de la literie est en pleine mutation, porté par des tendances fortes en matière de consommation responsable, de confort et d'innovation. Patrick Reguillon, Directeur Général de la société Le Sommeil Français, nous partage sa vision sur l'avenir du secteur et nous dévoile les orientations stratégiques de son entreprise.

Journal Market – Le Sommeil Français est-il une marque ou une gamme ?

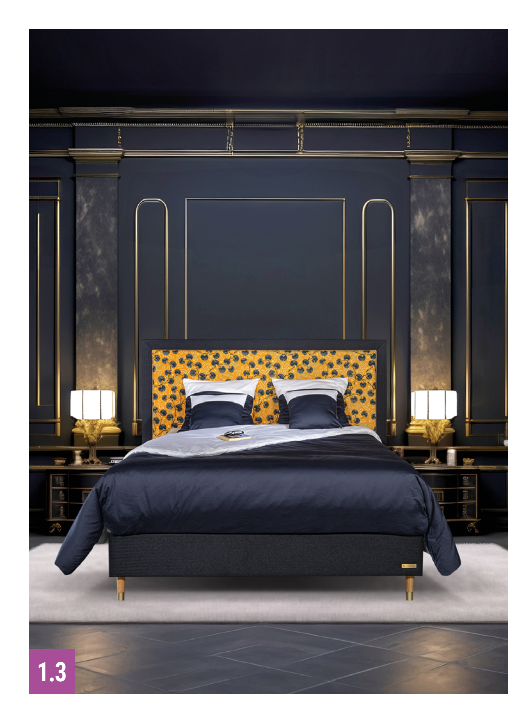
Patrick Reguillon [1.1] – Au départ, Le Sommeil Français était une entreprise résultant de la fusion des sociétés SOCOFAL et BIOTEX. Aujourd'hui, il s'agit toujours d'une société mais regroupant désormais quatre marques : Biotex, Technilat, Synchroflex mais aussi Le Sommeil Français [1.2] qui devient la gamme prémium de Technilat. Nous avons réalisé en 2024 un chiffre d'affaires supérieur à 25 millions d'euros et en forte progression par rapport à 2023. Nous employons 95 salariés dans trois usines situées en Aveyron et à Toulouse. L'usine de Biotex, notamment, est reconnue pour ses oreillers à mémoire de forme, très appréciés dans toute la France, mais pas que.

J.M – Quelles sont les tendances dans la literie en 2025 ?

P.R. – La tendance la plus marquante est sans aucun doute l'engagement RSE. Fabricants



1.2



1.3

et distributeurs privilégient de plus en plus la proximité et le made in France [1.3]. Nous intégrons de plus en plus des matériaux recyclés pour limiter notre empreinte carbone.

Contrairement à d'autres secteurs, la rénovation de la literie reste marginale : les consommateurs préfèrent acheter du neuf, mais avec des composants éco-responsables. Une autre tendance est la demande croissante pour des matelas de grande taille. Autrefois, le format standard était 140 x 190 cm, mais aujourd'hui, le 160 x 200 cm et même le 180 x 200 cm deviennent la norme dans le haut de gamme.

J.M – Et en ce qui concerne les matériaux et le design ?

P.R. – Les matelas en mousse sont de moins en moins prisés pour des raisons environnementales. Nous observons une préférence pour les matelas à ressorts avec un cadre en mousse et en métal. Le latex est également en recul.



1.4

« Nous observons une préférence pour les matelas à ressorts »

Côté design, il n'existe pas de tendance dominante. Chaque fabricant a son propre style, mais on remarque un fort engouement pour les têtes de lit, un segment en pleine expansion. Nous aussi, nous en vendons de plus en plus.

J.M – Et quand est-il de Biotex ? Quelles sont les dernières actualités concernant votre marque basée à Toulouse ?

P.R. – Biotex [1.4] est aujourd'hui le seul fabricant français à produire des oreillers en mousse à mémoire de forme. Nous en fabriquons 2 000 par mois et venons d'investir dans une troisième ligne de production. Notre mousse à mémoire à base d'huile de ricin est non thermosensible. Nous exportons également en Suisse, Belgique mais aussi à Taiwan. Au-delà de cette production d'oreillers, nous avons développé une gamme de matelas sous la marque BIOTEX fabriquée sur notre site de Rodez.

Sarah Jay DE ROSA

Quarante Ans d'Excellence : Technilat lance "Le Sommeil Français"

Technilat a célébré en 2024 quarante ans d'excellence et de savoir-faire dans le domaine de la literie. Pour marquer cet anniversaire, la marque a lancé sa nouvelle collection Premium lors du salon EspritMeuble 2024 [1.5] : Le Sommeil Français, qui incarne le luxe à la française.



1.5

Cette collection, inspirée de la culture et du patrimoine français, se décline en trois matelas aux conforts uniques – Le Montmartre, le Champs Elysées et le Saint Germain – en plus de têtes de lit et de sommiers fabriqués avec soin sur le site historique de Technilat en Aveyron.

Le Sommeil Français se distingue par un large choix de finitions raffinées, avec des tissus exclusifs tels que la toile de Jouy Ludivine et le contemporain Pondichery. En parallèle, deux gammes de linge de lit, conçues dans les Vosges, viennent compléter cette offre.

À travers cette nouvelle collection, Technilat souhaite porter haut les valeurs d'excellence, d'élégance et de service à l'international, faisant ainsi référence dans l'univers de la literie haut de gamme et célébrant près de quatre décennies d'art de vivre à la française.

Groupe Adova



Matelas Simmons : La technologie pour mieux dormir

Adova Group est le plus grand fabricant de literie haut de gamme français, regroupant les marques Tréca, Simmons, Hotelys et Aube Sofa. En tant qu'entreprise industrielle française, leader dans la fabrication de produits de literie, le groupe, s'appuie sur son expertise et ses savoir-faire artisanaux pour proposer à travers le monde des solutions et des innovations respectueuses de l'environnement et adaptées aux besoins de chaque consommateur.

La marque Simmons s'est spécialisée depuis plus de 90 ans dans la conception de technologies innovantes pour améliorer la qualité du sommeil et apporter un confort optimal.

Les matelas Simmons sont confectionnés dans les ateliers français situés à Saint-Amand-Les-Eaux et Bar-sur-Aube, et sont dotés de ressorts ensachés brevetés qui s'adaptent à toutes les morphologies pour un confort inégalé. La marque privilégie les matériaux responsables, en utilisant du coton bio et du bois PEFC provenant de sources contrôlées et recyclées.

Simmons s'engage également dans une démarche éco-responsable pour préserver l'environnement, tout en offrant des technologies et un confort à la hauteur des attentes des consommateurs. Ainsi, la marque a lancé en 2021 la collection Génération, composée de matières 100 % recyclables et de composants à 70 % recyclés. Le matelas Génération **[1.1]** est le fer de lance de l'éco conception chez Simmons. Il a été pensé afin d'obtenir une qualité de sommeil maximale et une empreinte écologique minimale. La gamme est disponible uniquement en coton ferme.

Pour 2025, l'objectif est d'aller vers une uniformisation de la gamme et une amélioration de l'esthétique pour obtenir une gamme plus attractive et une montée en gamme lisible : coutil unique lin, viscose (JR5), effet gamme, naturel et premium, ganse unique, poignées brodées noires, avec plus de contraste, étiquettes plus impactantes avec une amélioration du sens de lecture et un maintien des arguments de vente percutants. L'objectif est également d'aller vers une rationalisation des matières avec un changement de ouate en passant de la Ouate Aérelle Blue à la Ouate Dacron éco **[1.2]** afin d'avoir une meilleure gestion industrielle, sans perte d'argument marketing. Les deux ouates sont fabriquées à partir de bouteilles, celle d'Aérelle Blue sont collectée en zones côtières.

Simmons a également pour objectif de relancer la gamme des matelas "Les intemporels" de Simmons : Passion **[1.3]**,





1.1

Fascination [1.4], reconnus pour leur prestige, tradition et qualité haut de gamme. La marque souhaite tout d'abord améliorer l'éco-responsabilité de la gamme, en intégrant des matières premières plus éco-responsables : Coutil unique de gamme, soyeux, avec 30 % de Matières Premières recyclées, remplacement des garnissages en laine [1.5], en face hiver, par de la laine recyclée, remplacement du coton, en face été, par de la laine recyclée (Fascination), élimination de la mousse des garnissages (Passion / Elivéa, mousse ferme 20 mm), remplacement par de la laine recyclée (La laine est souvent perçue comme un matériau chaud, mais peut en réalité être très adaptée pour l'été.

Grâce à ses propriétés thermorégulatrices, elle est capable de réguler la température corporelle. Elle maintient la fraîcheur en absorbant l'humidité et permet à l'air de circuler. Elle évacue la transpiration et peut même donner une sensation de fraîcheur dans les conditions chaudes. La laine peut absorber jusqu'à 30 % de son poids en humidité sans se tenir humide au toucher, ce qui permet à la peau de rester au sec même lors de journées chaudes et humides), amélioration des conforts sur la face été. L'objectif est aussi d'aller vers une uniformisation de la gamme avec des matières toujours plus éco-responsables : coutil unique pour la gamme, ganse unique, poignées brodées avec le nom du produit et son confort, des conforts distincts sur la montée en gamme, deux niveaux de confort pour chaque modèle (Ferme/Mi-ferme), des conforts face été/ hiver identiques, mais des climatiques différentes (Lin / Alpaga) et pour la face été, utilisation du lin (fibre naturelle [1.6] et durable, nécessitant peu d'irrigation, entièrement biodégradable et recyclable. Le lin possède des propriétés thermorégulatrices, procurant fraîcheur en été).

1.3

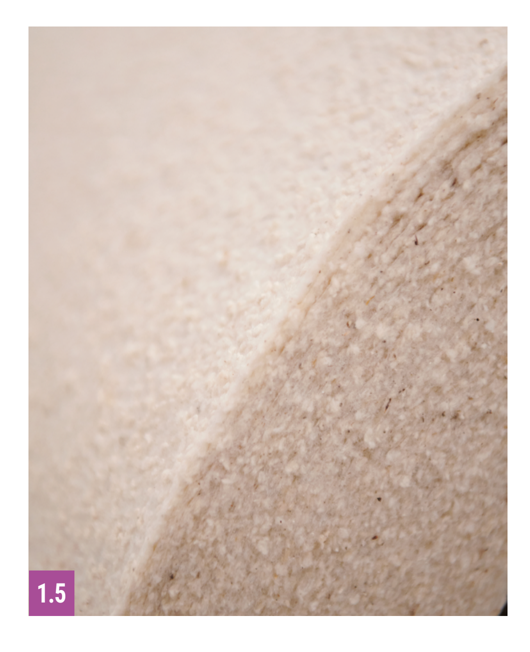


1.4





1.2



1.5



1.6

André Renault


1.3
1.1

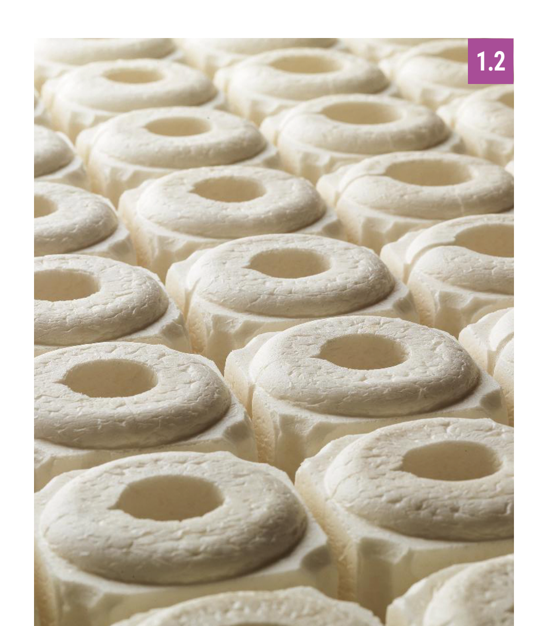
Fabricant français de literies haut de gamme depuis 1960

André Renault est connu et reconnu pour avoir réinventé la literie haut de gamme en France, en fabriquant les premières literies de relaxation. Un travail d'artisanat puisque chaque lit est fabriqué à la main, à l'unité et à la commande. Un soin minutieux est apporté aussi bien au garnissage des matelas, qu'à l'assemblage des coutils et des plates-bandes ou encore aux finitions cousues main.

Côté produits 2025, le matelas Icône Glamour **[1.1]** propose une technologie 100 % latexair d'origine naturelle, 100 % respirante garantissant une ventilation optimale et transversale du matelas et

un accompagnement anatomique haute précision dans le soutien grâce à ses très grandes propriétés élastiques. Cette matière offre un soutien durable de votre colonne vertébrale. Son profilage permet à chaque zone du matelas de s'adapter progressivement à tous vos mouvements tout en respectant chaque partie de votre corps. Les fibres du latex naturel **[1.2]** permettent une aération permanente qui régule la température du lit. C'est une matière qui est reconnue pour sa résistance, sa longévité et son excellente élasticité qui procure un confort exceptionnel. Ce matelas est disponible en confort doux ou ferme et pouvant s'adapter avec sommier fixe ou de relaxation.

En ce qui concerne les produits connectés, le dosseret sensoriel Aurore **[1.3]** intègre de la fibre optique dans son tissage, une innovation textile inédite dans le secteur de l'ameublement. Ce dosseret doublement breveté présente des fonctionnalités pilotables via l'application André Renault Connect qui permettent d'optimiser les phases de sommeil et de repos : diffusion d'ambiance lumineuse (rouge/orangée, bleue, ainsi que toutes les couleurs du cercle chromatique), option son (streaming musical ou diffusion de bruits blancs relaxants). L'endormissement et le réveil étant des phases importantes d'un bon sommeil, le dosseret Aurore maximise ces étapes mais aussi les moments de repos grâce à l'ambiance lumineuse rouge/orangée qui facilite l'endormissement en simulant le crépuscule, l'ambiance lumineuse bleue qui en imitant l'aube permet un réveil plus agréable et est bénéfique pour l'activité cognitive, les scénarios d'ambiance pour une sieste ou un moment de détente, l'accompagnement musical associé aux ambiances ou personnalisé en streaming et le chemin lumineux pour accompagner un lever nocturne.


1.2



1.4

Tous les produits d'André Renault sont fabriqués avec soin en France, dans l'usine située à Saint-Gildas-des-Bois (44). Certifié Entreprise du Patrimoine Vivant et Origine France Garantie, l'engagement envers la qualité est primordial, avec des normes strictes de sérieux et d'impact environnemental. Avec plus de 23 brevets déposés et une collaboration étroite avec des experts du sommeil, André Renault innove. La gamme de produits allie technologies de pointe et matières haut de gamme, offrant une expérience de sommeil personnalisée. Chaque détail est pensé pour garantir un confort incomparable, de la conception aérée et thermorégulante favorisant le repos optimal du corps à la possibilité de choisir la fermeté du matelas selon les préférences individuelles.

La marque propose également un design à la carte avec une collection de plus de 40 dosserets et têtes de lit **[1.4]**, dont il est possible de choisir librement les dimensions, en y ajoutant des fonctions d'éclairage et de recharge. En plus du sommier fixe ou de relaxation à la carte, un grand choix d'accessoires est disponible : bancs coffres, tablettes et chevets confectionnés par les artisans de la marque, à choisir parmi un grand choix de tissus déco ou décors bois, ou à partir des propres tissus du client. Le confort est également personnalisable grâce à un grand choix de matières (mousse, ressorts, latex) jusqu'à la solution "individuo", réunissant deux conforts différents de chaque côté du lit au sein du même matelas.

La qualité du sommeil a un impact sur la qualité de vie. C'est pourquoi André Renault collabore avec des médecins neurologues afin de concevoir des literies qui respectent au mieux les cycles du sommeil. De même, la marque accorde une grande attention au choix des matières, thermorégulantes et aérées, pour favoriser le bien-être et limiter les douleurs articulaires, lombaires, vertébrales ou cervicales.

En 2025, André Renault renouvelle plus de 70% de la liasse tissus décoration avec des matières, teintes et textures en adéquation avec les tendances 2025 du moment : bouclette, velours, jute, couleurs bleu glacier, mocha ou encore grenat et beaucoup de teintes naturelles.

Blanc des Vosges



1.1

L'excellence de la fabrication française depuis 1843

Depuis 1843, Blanc des Vosges est créateur de linge de lit et prône l'excellence du savoir-faire à la française. Cela fait donc 180 ans que l'entreprise fabrique des collections de linge de maison à Gérardmer, perpétuant avec passion l'excellence de la fabrication française. Linge de lit, housse de couette, drap housse... Chaque création Blanc des Vosges est l'aboutissement d'une recherche de qualité, de créativité et d'un savoir-faire exceptionnels. Les labels Vosges Terre Textile et Entreprise du Patrimoine vivant témoignent de l'engagement Made in France de la marque. Les collections de linge de maison sont voulues modernes, tendances, tout en conservant l'authenticité des finitions soignées et la noblesse des toiles utilisées comme le coton, le percale, le satin, les unis imprimés ou le jacquard.

« Pour le Printemps/été 2025, indique Edith Duprez Chenu, Directrice Style et collection chez Blanc des Vosges, *les tendances chez Blanc des Vosges seront les suivantes. Au niveau des coloris, les jaunes, miel, caramel, ocre et ambre seront à l'honneur. Le kaki, le vert olive et le sauge* **[1.1]** *seront travaillés en dégradé ou se marieront avec des camaïeux*

de mauve et de lilas. Les bleus seront également largement présents, du bleu Corinthe **[1.2]** *au bleu céleste en passant par l'azur et le bleu roi, réhaussés de couleurs toniques tel que le framboise ou le jaune soleil* **[1.3]**. *Coté motifs, on laisse une large place aux floraux cette saison, qu'ils soient aquarellés ou en aplats, minimalistes ou romantiques. Les rayures se jouent en dégradés ou en chevrons déstructurés. Les unis, quant à eux, s'ornent d'une guipure en ton sur ton, un classique revisité. Un autre classique, la Toile de Jouy revient cette saison dans une version vert sauge pour un coté doux et plus contemporain. Pour les accessoires, les coussins brodés font leur grand retour ainsi que les couvre-lits piqués matelassés pour un confort douillet ».*

Au niveau des tendances 2025 plus générales, les matières naturelles restent de mise pour notre bien-être : coton, lin et chanvre. La flanelle pour son coté doux et cocooning à l'automne-hiver pourrait bien revenir dans nos chambres. Le Tencel également, pourrait faire de plus en plus son apparition. En plus de ses qualités environnementales (pulpe de bois), le Tencel est reconnu pour sa grande douceur et son coté naturellement antibactérien. Côté motifs, les rayures (rayures matelas, rayures bicolores, rayures balnéaires) sont à l'honneur, tout comme les floraux, majestueux et luxuriants ou les motifs vintage, inspiration 70's, autant géométriques que floraux. Quant aux finitions, les volants et fronces font leur grand retour toujours dans l'esprit vintage. Enfin, les couleurs tendances concernent les tons neutres (blanc pur, sable, gris perle), les teintes douces (rose poudré, bleu ciel, sauge) et les couleurs profondes (bordeaux, grenat, bleu nuit).

1.2



1.3

Drouault

1.1

Le créateur de rêves

Depuis plus de 170 ans, la Maison Drouault sublime l'art du sommeil avec des créations confectionnées à la main, au cœur du Mans, par des maîtres duvetiers et couturières d'exception. Cette saison, Drouault repousse encore les frontières du confort avec une collection inédite qui célèbre l'harmonie parfaite entre innovation et tradition.

La gamme Harmonie **[1.1]**, imaginée pour accompagner les nuits d'un confort absolu, incarne le mariage subtil du duvet et plumettes de canard et de la laine, un garnissage exclusif qui offre une thermorégulation naturelle, une isolation et une durabilité optimisée. Oreillers et couettes Harmonie sont conçus pour réguler naturellement l'humidité, créant ainsi une sensation enveloppante et légère à la fois.

L'oreiller Héritage **[1.2]**, avec sa finition plate-bande, est spécialement conçu pour offrir un soutien optimal à ceux qui dorment sur le côté. Grâce à sa conception en trois compartiments, mêlant un garnissage extérieur de 90 % de duvet et 10 % de plumettes de canard, à un intérieur entièrement en plumettes, cet oreiller allie un accueil moelleux à un bon soutien, garantissant un alignement idéal de la nuque tout en procurant une sensation de confort inégalée.


1.2


1.5


1.4

L'oreiller Paresse [1.3] est aussi moelleux qu'un nuage. Le dessus de son enveloppe est composé de mini compartiments en satin de coton, garnis en 90 % duvet de canard, offrant un accueil ultra moelleux et enveloppant. Le cœur, quant à lui, assure un soutien idéal. Cette combinaison unique crée une sensation de légèreté et de douceur, idéale pour plonger dans des nuits réparatrices.

La Maison Drouault réédite deux modèles emblématiques d'édredons présentés pour la première fois en 1932, Le Confortable [1.4] et Le Gonflant [1.5].

Ces édredons en 90 % duvet de canard, réputés pour leur moelleux et leur pouvoir isolant, apportent une chaleur réconfortante pour les nuits les plus froides. Ils sont conçus pour s'adapter à différents usages, que ce soit pour compléter les éléments de literie existants ou pour retrouver la sensation réconfortante d'une couverture plus lourde.

Avec cette nouvelle collection, Drouault réinvente l'expérience du sommeil pour offrir un confort inégalé. Chaque produit, conçu avec des matériaux nobles et naturels, invite à un voyage sensoriel où confort et durabilité se rejoignent pour offrir des nuits pleines de douceur et de rêve.


1.3

Dunlopillo



La marque mythique préférée des Français

Marque de literie préférée des Français, Dunlopillo fabrique avec passion 100 % de ses produits en France depuis 90 ans. Chaque jour, Dunlopillo s'attache à offrir à tous le meilleur des conforts en proposant des matelas avec une grande qualité d'accueil, un soutien équilibré et renforcé, une aération véritable et une durée de vie prolongée. Dunlopillo, c'est aussi un état d'esprit coquin, décalé, impertinent. Le mot d'ordre de la marque : dormez comme vous aimez ! Dans toutes les situations, pour toutes les générations !

Dunlopillo innove avec l'Aérial Réactive et ré-invente la biportance. L'Aérial Réactive est une nouvelle matière ultra-aérée pour un effet coussin d'air, enveloppante pour une sensation d'impesanteur et réactive pour un soutien en profondeur. L'accueil du matelas est optimisé avec un confort moelleux et enveloppant, c'est le premier effet.

Il est suivi par une réaction verticale de la matière qui s'adapte parfaitement à la morphologie et procure un soutien équilibré en profondeur. C'est la biportance verticale.



1.1

L'Aérial Réactive se retrouve sur le matelas Céleste, un matelas qui propose sur sa face de couchage, un garnissage naturel composé de 100 g de lin, soie et cachemire à haut pouvoir thermorégulant qui préserve la chaleur l'hiver et la fraîcheur l'été. Il offre également une indépendance de couchage qui fait que les mouvements de l'un n'affectent pas le sommeil de l'autre. Ce matelas a été entièrement créé et assemblé avec soin dans l'usine de la marque en France et garantit un savoir-faire unique.

Le matelas Extase **[1.1]** est doté également de L'Aérial Réactive. Il propose sur sa face de couchage, un garnissage naturel composé de 100 g de lin, soie et cachemire à haut pouvoir thermorégulant qui préserve la chaleur l'hiver et la fraîcheur l'été. La plaque de mousse extrasoft offre un accueil encore plus douillet. Grâce aux ressorts ensachés et à l'Aérial Réactive, le matelas offre aussi une indépendance de couchage. Enfin, le matelas Nirvana dispose aussi de l'Aérial Réactive. Il propose sur sa face de couchage, un garnissage naturel composé de 100 g de lin, soie et cachemire à haut pouvoir thermo-régulant qui préserve la chaleur l'hiver et la fraîcheur l'été ; et offre une indépendance de couchage.

Duvivier

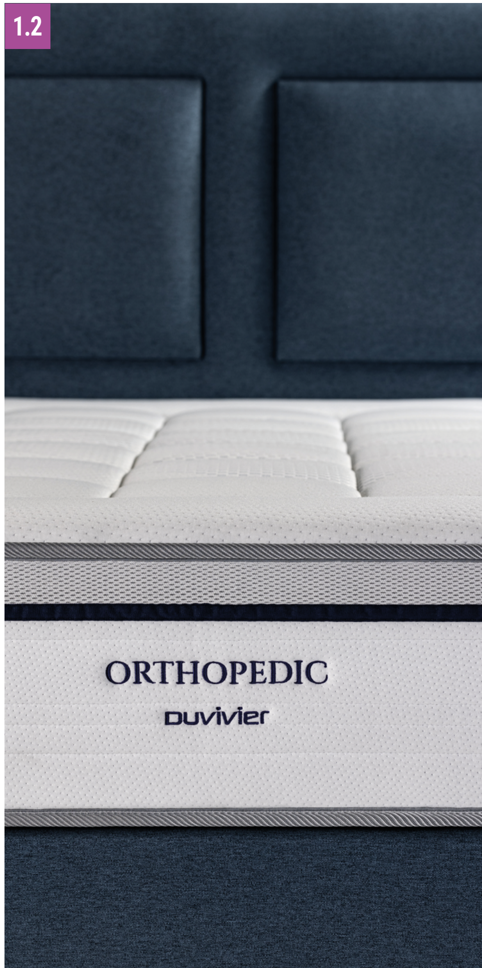
Un savoir-faire haut de gamme pour la literie

L'entreprise Literie Duvivier est une entreprise familiale Française qui fabrique des matelas et des sommiers tapissiers depuis bientôt 100 ans. Depuis sa création en 1928, cette dernière a toujours été attachée à la qualité, au confort et à l'innovation. La fabrication 100 % Française de l'ensemble de ses collections est un atout important pour les clients et consommateurs qui recherchent des produits de qualité supérieure, certifiés, fiables, durables et qui permettent de soutenir l'emploi, l'économie locale et régionale, tout en préservant un savoir-faire artisanal transmis de génération en génération.

1.1

Le savoir-faire historique de cette marque tricolore et son goût très prononcé pour les belles façons et finitions lui octroient les labels Origine France Garantie (OFG) et Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV). Ces labels sont en parfaite résonance avec les valeurs et la détermination que la marque partage.

Côté produits, Literie Duvivier a récemment sorti sa Collection Conscience [1.1] dans une démarche toujours plus respectueuse de l'environnement. Conçue et fabriquée intégralement en France, sur son site de production de Mortagne-sur-Sèvre en Vendée (85), cette gamme incarne l'engagement écologique et responsable de la marque. Chaque matelas de la collection est conçu à partir de matières premières 100 % recyclables, permettant de minimiser son



1.2



1.3

impact environnemental tout en garantissant une fin de vie plus respectueuse de la planète. Avec la nouvelle suspension ressorts ensachés renforcés Periplus, l'utilisation de mousse est réduite pour proposer des matelas toujours plus durables et éco-conçus.

En ce début d'année, Literie Duvivier dévoile sa nouvelle Collection Orthopedic [1.2], une gamme de matelas à soutien renforcé, pensée pour offrir un confort optimal, quel que soit la stature du dormeur. L'influence du matelas sur la santé dorsale n'est plus à prouver. Plus que jamais, la quête de bien-être et de confort est au cœur des attentes des consommateurs, en quête d'un sommeil réparateur et d'un soutien adapté. Le confort et le bien-être sont au centre des engagements de Literie Duvivier.

Literie Duvivier a créé la Collection Prestige Hôtel [1.3], une gamme de matelas et sommiers inspirée du savoir-faire hôtelier pour offrir un confort exceptionnel à la maison. En effet, de plus en plus de consommateurs recherchent une literie offrant la même qualité de sommeil que dans les établissements haut de gamme. La nouvelle collection de matelas Prestige Hôtel Duvivier incarne l'excellence du savoir-faire français dans le domaine de la literie. Avec leur confort supérieur, leur technologie de pointe, leur design élégant et leur fabrication 100 % française, ces matelas sont le choix idéal pour ceux qui recherchent une expérience de sommeil digne des plus grands hôtels, directement dans le confort de leur propre foyer.



1.4

Au niveau des tendances 2025, le gain de place est au cœur des attentes. Dans un contexte où l'optimisation de l'espace devient une priorité, le marché de la literie évolue vers des solutions hybrides, astucieuses et fonctionnelles. Literie Duvivier s'inscrit dans cette dynamique avec sa Collection Gain de Place, qui allie confort et praticité. Avec son lit coffre conçu pour maximiser le rangement sans compromettre l'esthétique ni la qualité du sommeil, Literie Duvivier propose une solution intelligente et élégante. Avec sa fabrication 100 % française, cette collection répond aux nouvelles exigences des consommateurs en quête de bien-être et d'aménagement optimisé.



1.5

Enfin, l'aérateur AirSystem Duvivier [1.4] est une innovation technologique révolutionnaire brevetée qui apporte de nombreux avantages pour le confort et l'hygiène. C'est un dispositif ingénieux composé de deux grands aérateurs latéraux positionnés de chaque côté du matelas qui permettent une ventilation naturelle à l'intérieur du matelas à chaque mouvement du dormeur.

L'AirSystem Duvivier permet au matelas de respirer en favorisant la circulation de l'air, évacuant ainsi l'excès de chaleur et d'humidité produits par le corps pendant la nuit. Le matelas reste toujours sec et à température idéale pour un sommeil confortable. Afin de garantir la qualité et l'hygiène de votre literie, Literie Duvivier s'apprête à lancer les sachets Terra et Flora [1.5], spécialement conçus pour s'intégrer aux aérateurs AirSystem du matelas Duvivier. Les sachets Terra, contenant de la terre de Sommières, éliminent efficacement l'humidité et les mauvaises odeurs tout en contribuant à éloigner les nuisibles. Les sachets Flora, contenant de la lavande, allient une action répulsive naturelle contre les nuisibles à un parfum délicat et relaxant qui imprègne votre matelas. Ces deux solutions 100 % naturelles et 100 % françaises, sont idéales pour garder le matelas Duvivier sain, sec et protégé, notamment contre les punaises de lit.

Eupen Foam



1.1

Des mousses de haute qualité en provenance de Belgique

Eupen Foam France est une entreprise leader dans la conception et la fabrication de matelas de haute qualité [1.1], basée en France.

Grâce à un savoir-faire artisanal, combiné aux dernières innovations technologiques, la marque assure une production entièrement localisée, garantissant ainsi une maîtrise totale de la chaîne de fabrication. Les matelas sont réalisés avec des matériaux soigneusement sélectionnés pour répondre aux normes de confort, de durabilité et de sécurité les plus exigeantes [1.2].

Spécialisée dans le secteur du e-commerce, Eupen Foam France met un point d'honneur à offrir à ses clients une expérience d'achat fluide et optimisée.

L'entreprise a su adapter son modèle aux besoins spécifiques du commerce en ligne, permettant une commande simple et rapide, tout en garantissant des produits de haute qualité livrés dans les délais les plus courts.

L'engagement d'Eupen Foam France envers la satisfaction client va au-delà de la vente. En effet, sa logistique est entièrement internalisée, ce qui lui permet de contrôler chaque étape du processus, de la fabrication à la livraison, assurant ainsi une gestion rigoureuse et une réactivité maximale.

La marque garantit que chaque matelas, fabriqué selon le cahier des charges pour chaque commande, soit livré directement chez les clients dans les meilleures conditions.

L'approche d'Eupen Foam France repose sur un équilibre parfait entre tradition et modernité [1.3], alliant excellence industrielle et service client irréprochable. C'est la garantie d'une fabrication française de qualité, d'un service logistique optimisé et d'une expérience d'achat adaptée à l'ère du numérique.



1.2

1.3

Gomarco



L'innovation au service du sommeil

Depuis 1977, Gomarco s'impose comme une référence dans la fabrication de matelas haut de gamme. Installée à Yecla, en Espagne, la marque allie savoir-faire artisanal et technologies de pointe pour offrir des solutions de sommeil alliant confort, ergonomie et durabilité. Sa philosophie repose sur l'innovation continue et l'utilisation de composants naturels pour un bien-être absolu.

Parmi ses collections phares, la Collection Nucol **[1.1]** se distingue par son système breveté Nucol, qui associe mousse à mémoire de forme injectée et ressorts ensachés, disposés stratégiquement pour créer différentes zones de confort, garantissant une adaptation parfaite au corps.

Cette technologie avancée assure un soutien ergonomique optimal avec neuf zones de confort, une excellente indépendance de couchage et une ventilation adaptée, favorisant un sommeil plus hygiénique.

1.2



1.5

Tous les modèles de la collection intègrent le système breveté Rever Top [1.2], un surmatelas réversible permettant d'adapter son confort en fonction des saisons avec une face été en tissu Technofresh, qui régule la température et procure une sensation de fraîcheur et une face hiver en tissu ultra-doux et respirant, pour un confort optimal.

Le modèle Premium Duo [1.3] est le modèle phare de la Collection Nucol, conçu pour répondre aux attentes des dormeurs les plus exigeants. Grâce à sa conception unique, le Premium Duo offre une parfaite alliance entre fermeté et souplesse, assurant un sommeil sur mesure et un repos optimal.

La Collection Microsac, quant à elle, repousse les limites du confort avec son système exclusif de micro-ressorts ensachés offrant un soutien optimal et une adaptabilité supérieure. Chaque matelas intègre jusqu'à 1 150 ressorts/m², répartis en neuf zones de confort, garantissant un alignement parfait de la colonne vertébrale, une réduction des points de pression et minimise les douleurs dorsales, assurant ainsi un sommeil réparateur et durable. Les matelas de cette collection (Queen, Tiffany et Moet) intègrent jusqu'à 1 150 ressorts/m², répartis en neuf zones de confort, offrant un soutien ergonomique adapté à toutes les morphologies. L'un des principaux atouts de la technologie Microsac est son excellente indépendance de couchage, idéale pour les couples. Ce système réduit la transmission des mouvements, permettant à chacun de dormir paisiblement sans être dérangé par les mouvements de l'autre.



1.3

1.4

Le modèle Queen [1.4], emblématique de cette collection, est le modèle haut de gamme conçu pour offrir une expérience de sommeil inégalée. Il combine une double couche de nano-ressorts qui offre un accueil souple et enveloppant, procurant un effet cocooning incomparable pour une adaptabilité maximale, avec le système Rever Top [1.5], permettant un sommeil sur mesure en toute saison.

Le matelas Queen permet de profiter d'un sommeil sur mesure où technologie et bien-être se rencontrent pour un repos d'exception. Avec ses collections innovantes, Gomarco redéfinit les standards du sommeil, offrant des matelas où technologie et bien-être se rencontrent pour une expérience de repos inégalée.

Groupe Vanderschooten


1.1

Fabricant français de linge de maison depuis 1947

Les ateliers Vanderschooten sont l'un des derniers fabricants français de linge de maison. Depuis 1947, ils confectionnent des rideaux, du linge de lit, du linge de table, du linge de bain et des accessoires. L'histoire d'Essix, marque de linge de lit qui appartient au groupe Vanderschooten, commence en 1928, à Courtrai. L'inventeur de la marque à l'étoile est un précurseur dans le développement de housses de couette imprimées et fantaisie. Une innovation pour le secteur qui lui permet de se faire une place de choix dans le marché du linge de maison. C'est en 1959 que l'enseigne adopte son nom Essix.

En 2000, la marque leader au Benelux intègre le groupe français Vanderschooten, ce qui lui permet de trouver sa voix et de renforcer son image à chaque collection. Les produits Essix ne sont pas seulement durables et résistants, ils sont aussi décoratifs et inspirants.

La collection printemps-été 2025 d'Essix se décline autour de sept parures : Gloria **[1.1]** qui exprime ses couleurs féminines et chaleureuses à travers des fleurs vibrantes dans un univers déco raffiné qui crée une atmosphère romantique aux notes vintage, Hypnos **[1.2]** qui se compose d'un réseau de tracés au camaïeu de marrons et de beiges chauds qui s'entremêlent sous l'effet délicat d'un pinceau brosse, Fleur Bleue qui met en scène une nuée de fleurs multicolores aux teintes vives et pastel dessinées au crayon, Palma **[1.3]** qui offre une douce évasion apaisante, Première en percale coton qui est le symbole du savoir-faire historique de la marque, Tendresse en gaze de coton et Bohème qui invite à la douceur de vivre avec ses accents folk et poétique.

Alexandre Turpault, marque de linge de lit haut de gamme, appartient également au groupe Vanderschooten depuis 1999. En 1847, Alexandre Turpault crée sa société de textile à Cholet, en France. Plusieurs décennies plus tard, la marque qui porte son nom perpétue encore la tradition de son savoir-faire et donne naissance à des produits haut de


1.3


1.2

gamme, aussi esthétiques que confortables. La marque perpétue le savoir-faire textile français dans les ateliers de Nieppe du Nord de la France. Son expertise consiste à proposer les meilleures matières pour un confort durable et un plaisir esthétique sans compromis. Le style d'Alexandre Turpault se définit en quelques mots : simple, chic et durable.

La nouvelle collection de linge de lit Alexandre Turpault se décline autour de cinq parures : Charme [1.4] qui puise son inspiration dans l'inépuisable fond des arts décoratifs du 18e siècle, que ce soit pour les traités en grisailles ou pour les motifs de treillages qui s'entrecroisent autant sur les boiseries intérieures et les stucs des plafonds que dans les jardins travaillés comme des œuvres d'art, Maussane rosée sur un fond qui oscille entre beige et rose avec des tons plus vifs de pivoine et de framboise qui voisinent avec le kaki et le vert grisé des feuilles d'olivier, Maussane tilleul [1.5] sur un fond tilleul avec un vert clair et tout un dégradé de vert jaunes et de kakis plus sombres sertis de blanc crémeux, ponctué de touches de rose indien, Lubéron avec sa structure en toile de Jouy associant scénettes en médaillons et guirlandes de feuillage qui est directement inspirée des arts décoratifs du 18e siècle et Mirabeau [1.6] avec ses rameaux aux feuilles lancéolées d'une variété de jasmins en satin de coton bio sur un fond blanc pur, avec juste deux coloris de fils en dégradé de bleu.


1.4


1.5


1.6

Margot



Des pieds de lits créés et fabriqués en France

Depuis plus de 50 ans, Margot propose des collections de pieds de lit créés et fabriqués dans son atelier [1.1] près d'Angers. Situés à Champigné dans le Maine-et-Loire, la marque revendique son ancrage local et est fière que tous ses produits soient certifiés "Produit en Anjou". Depuis 2023, Margot est également membre du collectif Parlons Literie.

Margot met en avant l'importance des pieds de lit [1.2] qui sont trop souvent les oubliés du lit alors qu'ils sont la touche finale de la literie qui sublime le lit et transforme l'ambiance d'une chambre. Un simple changement de pieds de lit peut totalement modifier l'allure d'une literie : des pieds fins et élancés pour affiner la silhouette du lit et apporter une touche d'élégance, des pieds robustes et imposants pour structurer et donner de la prestance à l'ensemble, des modèles déco et originaux pour personnaliser et faire du lit un élément central du design intérieur, des couleurs audacieuses pour une chambre au style affirmé, jusque dans les moindres détails, des teintes naturelles et neutres pour créer une harmonie parfaite avec le parquet ou la moquette. Au-delà du design, les pieds de lit constituent un élément aussi esthétique que pratique et jouent un rôle essentiel dans le confort et la fonctionnalité de la literie : aérer la literie en sur élevant le lit et ainsi permettre d'améliorer la ventilation du matelas et d'éviter l'humidité, faciliter l'entretien en réhaussant le lit et ainsi permettre un nettoyage plus simple du sol et un meilleur accès au rangement sous le sommier, et adapter la hauteur du couchage, pour un confort optimal, quelle que soit la morphologie de l'utilisateur.

Margot conçoit des pieds de lit qui allient esthétique, qualité et durabilité. Fabriqués en bois massif français certifié PEFC, les modèles sont disponibles dans une large gamme de styles, de couleurs et de finitions, pour que chacun puisse créer la chambre qui lui ressemble. La marque s'engage aussi sur quatre notions :

- L'Éco-responsabilité et le Made in France pour une literie plus verte qui correspond à un engagement qui répond aux attentes croissantes des consommateurs en matière d'éco-conception et de durabilité.

- Des pieds de lit en bois adaptés aux nouvelles tendances déco et technologiques avec une variété de formes pour s'adapter aux nouvelles esthétiques de literie (design épuré et moderne - Cône, Vintage [1.3], Élipse, l'Impérial / inspirations classiques - Boule, Louis XV, Louis XVI, Rustique / look industriel et contemporain - Inox, Métal) et une palette de couleurs tendance pour 2025 (teintes naturelles et bois brut pour un retour à l'authenticité - Cendre, Chêne grisé, Vernis naturel / nuances métalliques et mates pour un style plus audacieux - Noir métallisé, Acier, Cuivre, Blanc mat / couleurs profondes et chaleureuses - Vert empire, Bleu alpin, Terracotta).

- Une adaptation aux innovations de la literie : avec l'évolution des usages et des technologies dans l'univers de la literie, Margot développe des solutions qui allient ergonomie, praticité et adaptabilité (patins et roulettes intégrées conçues pour faciliter la mobilité des sommiers et matelas, que ce soit pour le nettoyage, le repositionnement ou l'entretien / pieds d'assemblage spécifiques, permettant de relier deux sommiers, notamment lorsqu'on utilise deux sommiers de 80 cm pour créer un couchage en 160 cm).

- Le sur-mesure et la personnalisation afin d'apporter une réponse à la demande de modularité : configurateur en ligne, hauteurs personnalisables, fixations variées (vis, tiges lisses, platines d'assemblage) pour s'adapter à toutes les structures de literie.

- Engagement qualité et service client.

Côté produits, la société Margot, experte en tournage sur bois et reconnue pour son savoir-faire éco-responsable, dévoile L'Impérial [1.4], un pied d'ameublement qui s'inscrit


1.2

parfaitement dans les tendances déco de 2025. L'Impérial séduit par son alliance subtile entre tradition et modernité. Sa teinte cendre, inspirée des matières brutes et naturelles, incarne une esthétique authentique et raffinée. La touche de cuivre, quant à elle, apporte une pointe de chaleur et de sophistication, faisant de ce pied une pièce maîtresse pour sublimer canapés, fauteuils et autres meubles contemporains. Fidèle à son engagement environnemental, Margot utilise un vernis écologique à l'eau sans COV, assurant une finition haut de gamme sans compromis sur la santé et l'environnement. Ce souci du détail confère à L'Impérial une qualité irréprochable, à la hauteur des attentes des professionnels de l'ameublement. La marque met également en avant Lounge [1.5], un pied d'ameublement qui incarne à la perfection les tendances déco de 2025. Fabriqué en frêne, ce pied séduit par son veinage noir contrasté, qui apporte une touche de caractère et d'élégance. Son aspect brut et sophistiqué s'intègre idéalement dans les intérieurs contemporains, répondant à la quête d'authenticité et de matériaux naturels qui marqueront l'année 2025. Comme l'ensemble des créations Margot, Lounge est conçu avec du bois français certifié PEFC et revêtement d'un vernis écologique à l'eau, sans émission de COV. Ce procédé garantit non seulement une qualité haut de gamme, mais aussi un impact environnemental réduit, en parfaite adéquation avec les attentes actuelles des professionnels et des consommateurs.

Toujours à la pointe de l'innovation dans le domaine du pied d'ameublement, Margot dévoile sa nouvelle collection en accord avec les tendances déco 2025. À travers une gamme aux lignes épurées et aux teintes sophistiquées, l'entreprise confirme son savoir-faire alliant design, durabilité et fabrication 100 % française. Cette nouvelle sélection mise sur des nuances profondes et élégantes : noir intemporel, symbole de modernité et de sobriété ; vert profond, inspiré de la nature pour une ambiance apaisante ; gris minéral, alliant douceur et neutralité pour s'adapter à tous les intérieurs. Associées à un socle métallique chromé, ces finitions offrent une touche contemporaine et distinguée, idéale pour sublimer les meubles et rehausser leur cachet.

Margot sublime le pied d'ameublement avec des finitions métallisées et mates, offrant un design audacieux et moderne : Laque Noir, Laque Fonte, Inox, Laque Cuivre et Blanc Mat. Sans oublier des couleurs riches et tendances (Vert Amande, Vert Empire, Moutarde, Bleu Roi, Terra Cotta) et des teintes naturelles (Vernis Naturel, Frêne Blanchi, Naturel Veinage Noir, Teinte Cendre, Teinte Teck).



1.3



1.4



1.5


1.1

Marpe Descanso

1.3

Toujours à la pointe du repos

Marpe Descanso, fondée en 1989 à Fuensalida (Tolède), est une entreprise familiale bénéficiant d'une solide trajectoire dans la fabrication de produits de repos de haute qualité. Elle allie tradition, innovation et excellence dans le domaine du repos. Forte de plusieurs décennies d'expérience dans le secteur, elle s'est imposée comme une référence grâce à son engagement envers l'innovation, le design et le bien-être



1.4

de ses clients. Son catalogue propose une large gamme de produits, tels que matelas, sommiers-coffres [1.1], têtes de lit [1.2] et oreillers, conçus pour offrir un confort maximal et répondre aux besoins actuels du marché et de la société.

Récemment, Marpe Descanso a franchi une étape décisive dans sa stratégie d'expansion internationale avec son entrée sur le marché français. Ce succès représente non seulement une avancée majeure pour l'entreprise, mais également la reconnaissance de la qualité de ses produits dans un marché aussi exigeant que celui de la France. Les consommateurs français ont chaleureusement accueilli les produits de Marpe Descanso, mettant en avant leur capacité à allier esthétique et confort [1.3].



1.1

1.2

Cette percée a été renforcée par la participation remarquable de Marpe Descanso au salon EspritMeuble [1.4]. Lors de cet événement, l'entreprise a dévoilé ses collections les plus récentes, captivant l'attention des professionnels, distributeurs et consommateurs. Les retours très positifs et les opportunités générées au salon témoignent du potentiel de croissance de Marpe Descanso sur le marché européen.

Fidèle à sa philosophie d'allier tradition et innovation, Marpe Descanso mise sur l'utilisation de matériaux de première qualité, des processus de fabrication durables et un engagement constant envers l'excellence. Cette approche lui permet non seulement de répondre aux exigences du marché actuel, mais aussi d'anticiper les tendances futures, consolidant ainsi sa position de leader mondial dans le secteur du repos. Avec ce nouveau chapitre de son histoire, Marpe Descanso réaffirme son engagement à poursuivre sa croissance, en portant sa passion pour le confort, le design et la qualité dans les foyers du monde entier. Ce succès en France marque le début d'un avenir prometteur, rempli d'opportunités et de défis que l'entreprise est prête à relever avec la même dévotion qui l'a toujours caractérisée.

Thiriez



Le créateur de literie depuis 30 ans

Thiriez se distingue par son approche minutieuse de la création de literie française. Basée à Wattrelos, dans le nord de la France, Thiriez assure fièrement 100 % de sa production sur place. Cela lui permet donc de maintenir un contrôle total sur la qualité de chaque matelas. Chaque pièce est confectionnée à la main et à l'unité, témoignant de l'attention méticuleuse portée à chaque détail afin de garantir un niveau de qualité exceptionnel.

En accord avec leur engagement envers la durabilité et l'économie locale, Thiriez utilise des matériaux provenant à 80 % de sources locales. Cette approche favorise l'économie régionale, mais permet également de réduire leur empreinte environnementale en minimisant les distances de transport. Ainsi, Thiriez permet d'opter pour une literie à la fois de qualité et responsable. Avec une expertise de 30 ans dans le domaine de la literie, Thiriez s'est forgée une réputation solide en répondant à des normes strictes de qualité et de spécificités produits. Ses matelas sont destinés à des secteurs exigeants tels que l'Hôtellerie, la Santé et le Grand Public. Cela témoigne de la capacité de l'entreprise à fournir des produits répondant aux besoins les plus exigeants.

Côté produits, le matelas Hévéa de la collection Avenir [1.1] en matériaux latex naturel recyclés avec une réduction de l'empreinte carbone est made in France. Lancée en 2023, la collection Avenir prend soin de l'environnement. Sa conception a été minutieusement étudiée et suit une démarche durable reposant sur deux axes d'analyses : multi-étapes et multi-critères. Le matelas Hévéa est composé de latex 100 % naturel, d'un double matelassage en ouate recyclée à 75 %, et d'un coutil recyclé à 85 %. Eco-conçu, il offre un soutien mi-ferme et un accueil moelleux. Il est également compatible avec les sommiers de relaxation de la marque.

De leur côté, les couleurs, textures, et accessoires sont assortis aux tendances déco actuelles. Cette année, Thiriez met à l'honneur un tissu durable : la bouclette en mono-matière recyclable fabriquée à partir de polyester recyclé. Ce nouveau matériau est également facile à nettoyer et "pet friendly", ce qui facilite l'élimination des poils d'animaux. Déclinée en cinq teintes tendance, il sera disponible sur les têtes de lit [1.2], sommiers fixes [1.3] et de relaxation et le lit-coffre de la


1.1


1.2


1.3

marque. Les cinq couleurs sont les suivantes : Gris granit et baltique, pour une touche intemporelle ; Blanc écume, pour un effet cocooning ; Bleu égéen, évoquant sérénité et voyages ; Terre de Sienne, pour une ambiance chaleureuse et organique.

Enfin, tous les matelas et sommiers Thiriez sont fabriqués en France. La marque offre la possibilité de commander les matelas sur-mesure pour les collections Sérénité, Hôtellerie et Collectivités. Les sommiers sont également disponibles sur-mesure. Ainsi, un grand nombre de références peuvent être fabriqués sur-mesure. Thiriez confectionne des lits ronds, en finition demie-corbeille… ou sous une forme bien spécifique comme pour les matelas destinés aux bateaux.

Sandrine Panossian-Kahn

Ligne Roset et Trust-Place ensemble pour l'authenticité



À RETENIR

- Un passeport digital pour garantir l'authenticité.
- Des services premium pour fidéliser les clients.
- Mieux comprendre les comportements d'achat.

Ligne Roset, icône française du mobilier contemporain, s'associe avec Trust-Place, leader de la traçabilité post-achat, pour introduire un système d'authentification inédit dans le secteur. Dès janvier 2025, chaque canapé Togo, emblème de la marque, sera équipé d'un passeport digital sécurisé basé sur la technologie blockchain. Ce dispositif vise à garantir l'authenticité des produits tout en enrichissant l'expérience client grâce à des services premium et personnalisés.


1.2


1.3



1.1

Un passeport digital pour garantir l'authenticité du produit

Face à la menace croissante de la contrefaçon, Ligne Roset innove en intégrant un identifiant unique à ses produits grâce à la blockchain **[1.1]**. Chaque canapé Togo **[1.2]** et **[1.3]** sera désormais muni d'un QR code associé à un passeport digital, accessible via une application mobile. Ce passeport atteste de l'authenticité et de la propriété du produit, renforçant la transparence entre la marque et ses clients.

« L'authenticité et la transparence sont au cœur de notre stratégie de développement », souligne Antoine Roset, CEO de Ligne Roset. *« Grâce aux certificats digitaux et à ce partenariat avec Trust-Place, nous sommes en mesure de garantir à nos clients que chaque pièce sortant de nos ateliers est authentique, tout en créant un lien durable avec eux ».*

Des services premium pour fidéliser les clients

Le passeport digital ne se limite pas à l'authentification. Il agit d'une clé pour accéder à un écosystème de services sur-mesure. Grâce à une application mobile dédiée, les propriétaires pourront bénéficier d'un service après-vente personnalisé, d'événements exclusifs, et d'offres spéciales. Ligne Roset prévoit également d'introduire des services supplémentaires tels que la réparation et l'entretien sur mesure.

Ces initiatives visent à prolonger la durée de vie des produits tout en renforçant la satisfaction et la fidélité des clients.

> *Notre ambition est de redéfinir l'expérience client*

« Notre ambition est de redéfinir l'expérience client, en dépassant le simple produit pour offrir un véritable écosystème de services, » précise Antoine Roset. *« Ce passeport digital est le point d'entrée vers un nouveau modèle d'interaction entre Ligne Roset et ses clients, basé sur la transparence, l'engagement et la personnalisation ».*

Une plateforme technologique pour anticiper les utilisateurs

La collaboration avec Trust-Place permet à Ligne Roset d'accéder à des données précieuses sur l'utilisation des produits après l'achat. Ces informations, recueillies via la plateforme SaaS de Trust-Place, aident la marque à mieux comprendre les comportements et attentes des clients. Gaëlle Delore, CEO de Trust-Place **[1.4]**, explique : *« L'achat n'est pas une fin, mais le*



1.5

> *L'achat n'est pas une fin, mais le début d'une relation durable*

début d'une relation durable. Le post-achat est le terrain fertile où se construisent la fidélité et la valeur à long terme. C'est dans ces moments que le client évalue réellement son expérience, forme ses opinions durables et décide de son engagement futur avec la marque. Nous sommes ravis de pouvoir aider Ligne Roset à décoder les comportements d'utilisation, les niveaux de satisfaction et même les émotions non exprimées des clients après leur achat. Cette compréhension approfondie va permettre à la marque d'anticiper des besoins, prévenir d'éventuels désenchantements pour transformer chaque interaction en une opportunité de renforcer la relation ».

Une vision pour l'avenir du luxe

Avec cette initiative, Ligne Roset s'impose comme un précurseur dans le domaine du mobilier design [1.5]. En intégrant la blockchain et en misant sur une expérience client enrichie, la marque réinvente le retail de luxe en répondant aux attentes croissantes en matière de transparence et de personnalisation.

« Nous ne nous contentons pas de vendre des produits, nous créons des expériences uniques et durables pour nos clients, » conclut Antoine Roset. *« Ce partenariat avec Trust-Place marque une nouvelle ère pour Ligne Roset, où chaque produit devient le centre d'une relation continue, basée sur l'engagement, l'innovation et la qualité ».*

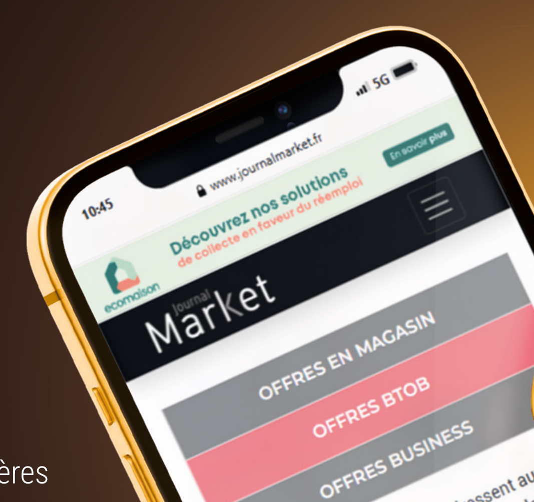
Sarah Jay DE ROSA

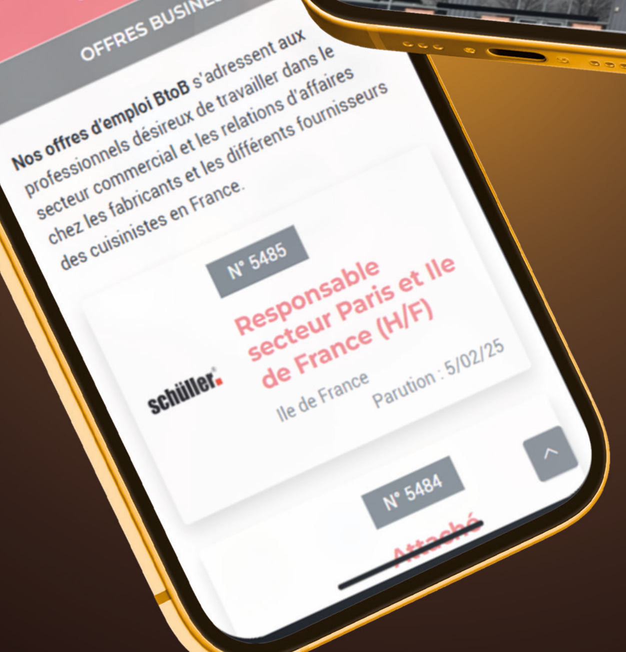


Découvrez le nouveau site web de Journal Market

Conçu pour offrir une expérience utilisateur optimale, notre site web propose une navigation intuitive et un accès simplifié à l'ensemble de nos contenus.







Actualités

Restez informé des dernières tendances et innovations.

Annuaire

Trouvez facilement les contacts de vos fournisseurs.

Petites annonces

Consultez et publiez des offres d'emploi et de business.

Salons

Ne manquez aucun événement majeur grâce à notre calendrier.

journalmarket.fr

Modèle Idao, vert céladon Oléron, chêne de Mervent brun de You.



DOSSIER

Les tendances
de la cuisine équipée en 2025 : un portrait-robot possible ?

Design et modernisation définissent le marché. Les consommateurs expriment une volonté marquée de revenir à un vintage plus chaleureux. Une cuisine plus ouverte, qui s'hybride avec le living et s'humanise davantage pour raconter une véritable histoire.

Dans un contexte géopolitique et climatique tendu, les Français réinventent leur habitat, et surtout leur cuisine. L'objectif ? Créer un espace de vie cocon, multifonctionnel, parfaitement équipé et accessoirisé, mais toujours ancré dans l'humain et la chaleur, qu'elle soit émotionnelle ou matérielle.

C'est autour de ces thèmes, et bien d'autres encore, que nous avons échangé avec des experts, des voix d'autorité qui nous ont livré des perspectives riches et précieuses pour dresser le portrait-robot de la cuisine équipée en 2025.



Nelly Rodi
et le retour au foyer préhistorique

Vincent Grégoire, Directeur Consumer Trends & Insights chez Nelly Rodi, nous a accordé un échange intense et révélateur autour des tendances de la cuisine équipée et de l'habitat en 2025. Bien que le design et les innovations technologiques déterminent le marché et sa modernisation, c'est un retour au vintage et à la chaleur qui s'empare des comportements d'achat. Dans un monde moderne et connecté, le cri sauvage d'expression brute du consommateur, dans le style du YAWP de Walt Whitman, invite à un élan d'authenticité.

À RETENIR

- La maison au cœur de la vie des Français.
- Une cuisine qui s'hybride vers le living.
- Le rejet de la science-fiction dans l'électroménager.

Humaniser la cuisine : un besoin de cocon chez soi

Les Français réinventent leur manière de vivre à domicile. Face à un contexte géopolitique et climatique complexe, leur maison devient un refuge où ils priorisent le confort et la convivialité. Cette tendance, amorcée durant la pandémie de Covid-19, s'est enracinée, malgré une reprise temporaire des envies de voyage.

« Aujourd'hui, le foyer répond à un besoin de sécurité et d'intimité, et la cuisine en est le cœur battant. Elle symbolise le foyer classique, voire préhistorique : un espace où l'on se rassemble autour d'un feu, où l'on partage et où l'on trouve une chaleur réconfortante, tant sur le plan émotionnel que matériel », nous explique Vincent Grégoire **[1.1]**, Directeur Consumer Trends & Insights chez Nelly Rodi.


1.2

La cuisine, cœur du foyer, s'hybride

« La cuisine équipée d'aujourd'hui ne se limite plus à sa fonction première. Elle se transforme en une pièce hybride, ouverte et multifonctionnelle, où l'on cuisine, travaille **[1.2]**, *reçoit et vit »*, précise Vincent Grégoire.

Sa conception prend une dimension sociale : elle doit être esthétique, ergonomique et chaleureuse, tout en intégrant des équipements qui facilitent la vie. Les rangements se font encore plus intelligents pour optimiser les espaces, même les plus réduits, et répondent à des besoins très spécifiques. Cette évolution de la cuisine s'étend aussi aux autres membres du foyer, y compris les animaux de compagnie **[1.3]**.

> *La cuisine s'affranchit des codes traditionnels*

Ces derniers, considérés comme des membres à part entière, nécessitent des espaces dédiés : rangements pour leurs accessoires, gamelles intégrées ou encore zones spécifiques pour leur confort. La cuisine devient ainsi un véritable espace de vie, pensé pour tous.


1.3

Une personnalisation marquée par l'âge et les goûts

Les générations façonnent la manière dont la cuisine est conçue. Les seniors, par exemple, privilégient des cuisines modernes et fonctionnelles, où simplicité et facilité d'entretien sont de mise. En revanche, les plus jeunes adoptent une approche plus audacieuse, mêlant l'aspect pratique à des éléments décoratifs vintage **[1.4]**. Des touches rétro viennent enrichir cet espace, lui apportant du caractère et de l'authenticité.

La cuisine s'affranchit des codes traditionnels : *« Elle sort finalement de sa boîte »*, nous explique Vincent Grégoire *« elle s'ouvre sur le salon, parfois jusqu'à devenir une bibliothèque ou un espace d'exposition. Les vitrines, étagères ouvertes et autres éléments décoratifs racontent une histoire, celle des*


1.4

habitants, de leurs goûts, de leurs voyages, et de leur patrimoine ».

L'écologie et la RSE au centre des préoccupations

L'écologie est un facteur incontournable dans la conception des cuisines modernes. La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) devient un critère de choix majeur pour les consommateurs. Les marques répondent à cette demande en intégrant des matériaux recyclés, comme les plastiques ou les bois certifiés, et en réduisant l'impact environnemental de leurs équipements.

Des innovations technologiques facilitent également une gestion plus responsable des ressources : filtres de décarbonisation, systèmes d'économie d'eau [1.5], réduction des nuisances sonores ou encore éclairage intelligent. Ces solutions permettent de concilier performance, confort et respect de l'environnement, répondant aux attentes des consommateurs soucieux de leur empreinte écologique.

La technologie doit se mettre au service de la simplicité. *« Les consommateurs rejettent les gadgets intimidants ou futuristes, préférant des solutions qui simplifient leur quotidien et qui soient surtout écologiques : une gestion optimisée de l'eau, des lumières ou des nuisances sonores, par exemple. Même si l'innovation est partout (dans la réfrigération écoénergétique, les fours connectés ou les systèmes de ventilation performants), elle doit rester discrète : on ne cherche pas de science-fiction dans l'électroménager »*, affirme Vincent Grégoire.

> *On ne cherche pas de science-fiction dans les appareils électroménagers*


1.5

Vintage et fantaisie au rendez-vous

La cuisine de 2025 célèbre la tradition tout en lui insufflant une touche de fantaisie. Les appareils électroménagers affichent des designs inspirés des années 80, mêlant courbes rétro et finitions modernes. Les coloris suivent cette tendance, avec une palette sombre et rassurante. Grenade, améthyste, ébène ou ardoise dominent, offrant une élégance intemporelle. *« Ces choix de teintes et de matériaux s'accompagnent d'un retour aux matières recyclées, qui captent mieux la lumière et confèrent une ambiance chaleureuse. Les consommateurs, prudents dans leurs choix, préfèrent des solutions durables et intemporelles, qui allient esthétique et fonctionnalité »*, précise Vincent Grégoire.

Des espaces modulables et rationalisés

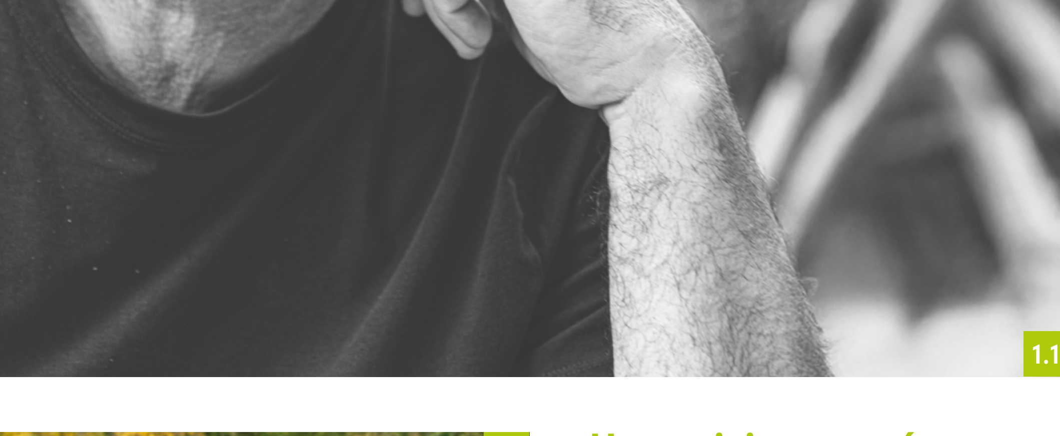
Les dimensions des cuisines se rationalisent et la modularité devient essentielle. Les consommateurs souhaitent optimiser chaque centimètre pour créer une ambiance cozy, sans renoncer à l'esthétique. La gestion de la lumière est centrale : les éclairages modulables permettent d'adapter l'atmosphère à chaque moment de la journée, que ce soit pour cuisiner, dîner ou se détendre.

L'ouverture de la cuisine sur le salon accompagne une nouvelle manière de recevoir. *« Les apéritifs dînatoires et buffets remplacent les repas traditionnels à table, favorisant une convivialité décontractée. Pour cela, l'espace doit être fluide, avec des zones facilement accessibles et des équipements intégrés qui facilitent le service »*, conclut Vincent Grégoire.

Sarah Jay DE ROSA

Une cuisine réparable et évolutive selon **Bruno Lefebvre**

Dans un contexte où la durabilité et l'optimisation des espaces deviennent des priorités, le designer Bruno Lefebvre, fondateur avec sa femme Catherine de l'agence C+B Lefebvre, nous livre sa vision des tendances actuelles de la cuisine équipée et de l'habitat.



1.1

À RETENIR

- Une cuisine réparable pour une vraie durabilité.
- Des besoins qui évoluent avec les modes de vie.
- Personnalisation et audace dans le design.



1.2

Une cuisine pensée pour durer, mais pas encore réparable

« Nous ne pouvons pas vraiment parler de grande révolution concernant les grandes tendances et les styles d'aménagement d'intérieur et la cuisine équipée. Il y a sûrement une cuisine avec des couleurs qui la rendent la belle cuisine d'un magazine. Ce qui est vrai aussi, c'est qu'il y a une crise de la consommation, mais il y a des valeurs qu'on doit intégrer, voire privilégier, telles que le respect de l'environnement », explique Bruno Lefebvre [1.1].

Mais pour concevoir des cuisines véritablement durables, il ne suffit pas de se concentrer sur les matériaux. *« Réaliser des cuisines plus durables ne veut pas dire seulement travailler sur les matériaux, mais aussi et surtout travailler pour qu'elles puissent être réparées et adaptées. Aujourd'hui, une cuisine n'est peu réparable ni évolutive, et c'est bien cela le vrai concept de durabilité »*, poursuit-il.

La durée de vie moyenne d'une cuisine en France est d'environ quinze ans. Toutefois, la qualité de fabrication n'étant pas toujours à la hauteur, les meubles ne sont pas non plus conçus pour être réparables. Bruno Lefebvre pointe également du doigt un autre problème :

« Le profil des poseurs présente encore quelques failles, car ils n'ont pas tous des compétences en menuiserie ».

Une prise de conscience écologique essentielle

L'impact environnemental du secteur est une préoccupation majeure. *« Le sujet de l'écoresponsabilité est très important aujourd'hui. Quasi un million de tonnes de déchets par an sont produites en France, ce qui provoque une débauche de matière et une augmentation accrue des émissions de CO_2 »*, alerte Bruno Lefebvre. Concernant l'électroménager, une avancée significative a été réalisée avec l'introduction d'indices de réparabilité. *« Il faut l'avouer : c'était insupportable d'acheter un appareil électroménager qui ne durait que deux ans »*, ajoute-t-il.

Des équipements adaptés aux nouveaux modes de vie

Les besoins des consommateurs évoluent, notamment en termes de stockage et de consommation énergétique. *« Il y a et il y aura des évolutions dans la consommation : on mange plus de légumes et de légumineuses, donc nous aurons besoin de plus d'espace pour les stocker correctement »*, souligne Bruno Lefebvre. Il évoque également une autre tendance émergente : *« La filtration de l'eau devient un sujet clé dans les cuisines d'aujourd'hui »*.


1.4


1.3

L'évolution des attentes pousse les fabricants à proposer des cuisines avec des niveaux de consommation plus faibles. *« On va vers une tendance à réaliser des cuisines conçues avec des niveaux de consommation bien plus faibles »*, précise le designer.

La personnalisation et le retour du rétro

Si le design minimaliste reste une référence, la personnalisation gagne du terrain. *« Il faut que la cuisine s'adapte aux besoins d'ergonomie. Il y a une couleur naturelle qui est tendance et qui parle, qui raconte quelque chose, qui parle de valeurs qui nous correspondent »*, explique Bruno Lefebvre.

Interrogé sur les préférences selon les générations, il répond : *« Plus qu'une tendance, c'est une question financière. Les cuisines haut de gamme, très modernes, sont privilégiées par les seniors qui ont la possibilité d'y investir. En revanche, les plus jeunes optent pour des solutions plus créatives et moins bourgeoises »*. Les tendances couleurs évoluent également. *« L'avantage du minimalisme est qu'il parle un peu à tout le monde. Les couleurs plus neutres, en gros, arrivent à mieux s'accorder au reste de l'aménagement intérieur de la maison. Mais il y a aussi des tendances audacieuses. Par exemple, notre projet de barbecue haut de gamme Montvel [1.2] a vu la couleur mandarine très plébiscitée, contrairement aux attentes qui misaient sur des propositions plus sobres »*.

Enfin, il met en garde contre le phénomène du greenwashing : *« Aujourd'hui, le produit doit pouvoir transmettre un message éthique, plus écologique et durable. Et par rapport à ce sujet crucial, il faut faire attention au greenwashing, qui est, hélas, toujours présent. Seule une approche systémique intégrant l'ensemble des impacts, de l'approvisionnement à la fin de vie en passant par l'usage, permettra de progresser. Par ailleurs, la cuisine peut devenir active en incitant à des modifications de comportements »*.

Optimisation des espaces et innovations durables

Les consommateurs recherchent des vraies solutions optimisant les espaces tout en étant durables de tous points de vue. « Il faut que la cuisine devienne, pas seulement durable, mais réparable et incitative. Et il faut que les espaces de vie soient réellement optimisés », affirme Bruno Lefebvre.

Son agence, C+B Lefebvre, développe des projets en accord avec ces attentes. Il cite notamment le projet Miximum [1.3] pour la salle de bains, projet expérimental qui allie design épuré, dimensions réduites, matériaux recyclés et changement comportementaux. *« Le corps du meuble de cette salle de bains pèse 16 kg au lieu de 40. Et il est complètement accessoirisé, avec la partie en bois qui mesure un millimètre d'épaisseur. Avec ce projet, nous avons montré comment limiter son impact sur l'environnement en s'adaptant aux surfaces réduites des espaces urbains »*. Parmi les innovations marquantes, on trouve également un légumier [1.4] développé pour Schmidt Groupe. Cet équipement permet de stocker fruits et légumes hors du réfrigérateur, tout en optimisant leur conservation. *« Il permet de stocker de manière optimale des fruits et légumes qui supportent mal les séjours au froid du réfrigérateur. En les conservant à l'abri de la lumière et des insectes, ces denrées préservent leurs qualités gustatives »*, détaille-t-il.

Cette solution simple, fonctionnelle et écologique se compose de plateaux mobiles intégrés dans un meuble dont la façade est pensée pour améliorer la ventilation et empêcher l'entrée des moucherons. *« Le développement produit a permis de proposer un ensemble cohérent dont tous les composants sont produits localement »*, conclut Bruno Lefebvre.

Sarah Jay DE ROSA

Mobalpa répond aux tendances rétro avec créativité et ergonomie



En constante évolution, la cuisine s'adapte aux nouveaux modes de vie et aux contraintes d'espace, notamment en milieu urbain. Chez Mobalpa, l'objectif est clair : allier ergonomie, design et innovation pour proposer des cuisines toujours plus fonctionnelles et esthétiques. Entre optimisation des volumes, matériaux naturels et finitions texturées, sans oublier l'essor des équipements intégrés, la cuisine de demain mise sur l'ingéniosité et le confort.

À RETENIR

- Des cuisines plus compactes et fonctionnelles.
- Matériaux et couleurs en harmonie avec la nature.
- L'électroménager s'intègre pour plus de minimalisme.


1.1

Une cuisine qui se réinvente selon les surfaces

« En 2025, la surface des intérieurs continuera de se réduire sous l'effet de la hausse du prix du mètre carré et du manque d'espace, surtout en ville. Les cuisines doivent donc être toujours plus ingénieuses et ergonomiques pour allier confort et praticité. L'expertise de nos concepteurs Mobalpa est essentielle pour optimiser chaque centimètre sans négliger l'esthétique. On observe aussi un intérêt croissant pour les cuisines fermées ou semi-fermées [1.1]*, avec des cloisons en verrière pour préserver luminosité et contact visuel. Objectif : préparer sans exposer les coulisses et limiter la diffusion des odeurs. Reste à voir si cette tendance s'imposera face aux cuisines ouvertes… »*, nous explique l'enseigne.

> *On observe un intérêt pour les cuisines fermées ou semi-fermées*

Tiroirs ou portes : un choix entre fonctionnalité et budget

Le débat entre tiroirs et portes reste une question de budget et de préférence esthétique. Si les tiroirs offrent une accessibilité et une organisation optimales, leur coût reste plus élevé que celui des meubles à portes classiques. Mobalpa propose une alternative intelligente avec des armoires [1.2] à portes ouvrantes dotées de coulissants intérieurs, alliant design et praticité. De plus, des solutions innovantes, comme les contre-portes équipées de bacs de rangement [1.3] : « *C'est une fonctionnalité ultra pratique pour la gestion du vrac par exemple car on peut mettre là des bocaux immédiatement accessibles à l'ouverture de la porte* », précise Mobalpa.


1.2


1.3

Une disposition optimisée et les tendances coloris pour 2025

La proportion entre meubles hauts et meubles bas dépend des besoins et des usages de chacun. *« Nous avons réalisé de nombreux tests et études concernant la hauteur idéale pour les meubles bas, car elle est très importante en termes de confort d'usage. Chez Mobalpa, nous revendiquons la hauteur idéale de nos meubles bas, à savoir 82,8 cm. En jouant avec la hauteur des socles et l'épaisseur du plan de travail, elle permet d'arriver à une hauteur globale de 91 à 93 cm, ce qui s'avère être réellement la meilleure hauteur pour un confort d'usage optimal et pour avoir plus d'espace de rangement* [1.4] *»*, nous explique Mobalpa.

> *La tendance actuelle est l'implantation de plaques de cuisson avec hotte intégrée*



1.4



1.5

Côté tendances coloris en 2025, place à la douceur et au naturel. Les teintes évoluent en 2025 vers des nuances plus douces et organiques. Exit le blanc pur, place à des blancs cassés, beiges et nudes. Les noirs intenses laissent leur place à des marrons terriens, des bleus profonds et des verts naturels. *« À noter : le bois reste omniprésent, avec la présence forte d'une finition naturelle qui apporte de la chaleur à l'espace tout en restant douce et lumineuse »*, précise Mobalpa.

Electroménager et finitions : quelles évolutions ?

« La tendance actuelle est à l'expansion très forte de l'implantation de plaques de cuisson avec hotte intégrée [1.5]*. Le vrai atout esthétique de cette combinaison est qu'elle ne nécessite pas de meuble haut où encastrer la hotte, et permet ainsi de placer le pôle cuisson au centre de la pièce sur un îlot ou sur un linéaire mural très épuré sans éléments en hauteur. Ce combiné se démocratise de plus en plus et existe désormais à un coût raisonnable, il devient donc accessible pour un très grand nombre de projets de cuisine »*, nous explique Mobalpa. Les tendances des finitions, quant à elles, vont vers une alliance entre esthétisme et praticité. Les matériaux naturels et texturés dominent les tendances.

Mobalpa innove avec un plan de travail en stratifié à finition coquillages concassés, à la fois esthétique et facile d'entretien. Autre tendance forte : la rainure, qui apporte relief et caractère aux intérieurs. *« Notre*

1.6

modèle Silona **[1.6]***, qui propose cet aspect rainuré, est composé d'un matériau MDF usiné et pressé avec un film PET recyclé. Non seulement ce matériau est plus respectueux de l'environnement (ce n'est pas un PVC), mais il permet aussi de positionner ce modèle dans une gamme de prix très accessible. Nous sommes ainsi en mesure de présenter un modèle aussi esthétique que vertueux, tout en restant abordable en termes de prix. Cette façade est un développement exclusif du groupe Fournier, il n'existe donc pas de produits similaires à ce jour sur le marché européen* », précise Mobalpa.

Le design Mobalpa et le mouvement Revival

Dans cette valse des tendances de la cuisine équipée, Mobalpa se positionne comme un acteur clé du mouvement Revival, en réinterprétant avec audace les tendances des années 60 à 80 tout en intégrant des éléments modernes et fonctionnels dans ses créations.

> *Mobalpa, un acteur clé du mouvement Revival*

Mobalpa capture l'essence des années 70 en réinterprétant des styles vintage où le bois foncé et les coloris audacieux **[1.7]**, comme l'orange vibrant, retrouvent une place de choix. L'élégance fonctionnelle est mise à l'honneur avec la suppression des meubles hauts, offrant ainsi des espaces plus aérés et légers. Les cuisines deviennent de véritables lieux de partage, notamment grâce aux coins repas intégrés qui favorisent une transition fluide entre l'espace culinaire et le salon. Le mobilier sur mesure, comme le meuble à vinyles revisité, allie charme rétro et adaptation aux besoins contemporains.


1.7

En intégrant des éléments modernes à ces inspirations vintage, Mobalpa propose un intérieur chaleureux et intemporel, conjuguant nostalgie et confort d'aujourd'hui.

Sarah Jay DE ROSA



1.1

Blum propose une offre adaptée aux tendances de l'aménagement

À RETENIR

- Le retour au bois.
- Une appétence vers le modulable esthétique.
- Une demande de produits plus écoresponsables.

Voici un échange avec Marion Rigaud du Service Marketing & Communication chez Blum France autour des tendances de la cuisine équipée en 2025. Une cuisine de plus en plus caractérisée par des solutions de rangement intelligents, afin d'optimiser chaque mètre carré des espaces de vie. Bien entendu, sans oublier le côté esthétique et la durabilité des produits, facteurs qui déterminent les nouveaux comportements d'achat.



1.2

Journal Market – Quels matériaux et finitions observez-vous comme les plus demandés dans les cuisines équipées en 2025 ?

Marion Rigaud [1.1] **–** Lors de l'édition 2024 d'EuroCucina à Milan, les tendances en matière de couleurs mettaient en avant des tons pastel, du terracotta, ainsi qu'une belle complémentarité des matériaux minéraux. On a également constaté, comme c'est encore le cas aujourd'hui, un retour marqué du bois dans les aménagements.

Pour accompagner cette évolution, Blum s'engage à proposer des solutions innovantes, notamment des systèmes de fixation [1.2] spécialement conçus pour les façades minces en pierre, dès 8 millimètres d'épaisseur. Ces options allient esthétique et qualité haut de gamme [1.3], répondant parfaitement aux attentes des consommateurs en quête de design raffiné et durable.



« Blum prépare un grand lancement en 2025 »

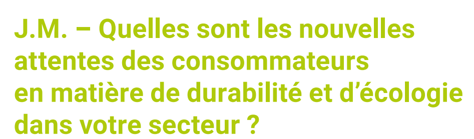


1.4

J.M. – Comment la technologie influence-t-elle les équipements de cuisine cette année ?

M.R. – Blum prépare un grand lancement en 2025 pour présenter ses dernières innovations technologiques. En revenant sur l'année écoulée, l'un des produits phares mis en avant a été notre système de portes coulissantes Revego [1.4], qui sera encore amélioré avec l'introduction de nouvelles hauteurs.

Nous constatons un fort intérêt des consommateurs pour des solutions modulables et esthétiques, avec une préférence marquée pour les plans de travail dissimulés. Dans cette optique, le leitmotiv de Blum reste le même : être à l'écoute des clients et perfectionner continuellement nos solutions pour répondre à leurs besoins, aux tendances du marché et à leurs attentes.



J.M. – Quelles sont les nouvelles attentes des consommateurs en matière de durabilité et d'écologie dans votre secteur ?

M.R. – La RSE est devenue un enjeu majeur pour les consommateurs, mais ce n'est pas un sujet nouveau pour Blum. Cela fait plus de 25 ans que nous nous engageons activement dans cette démarche. Depuis la pandémie, nous avons observé un regain d'intérêt des consommateurs pour les produits biosourcés et une forte volonté de limiter leur empreinte carbone.

Chez Blum, nous avançons concrètement dans cette direction à travers plusieurs initiatives. Par exemple, 35 % de nos livraisons se font par transport ferroviaire, et



1.3


1.5

nous utilisons des camions alimentés par du biocarburant pour le transport des matériaux entre nos usines. Depuis 2024, nous publions chaque année un rapport RSE, reflétant nos engagements et les progrès réalisés.

Dans le cadre de cette démarche éco-responsable, nous privilégions l'utilisation d'acier recyclable et récupérons la chaleur générée par nos usines pour chauffer nos locaux. Par ailleurs, nous mettons un point d'honneur à garantir la durabilité de nos produits. Nos systèmes sont conçus pour durer entre 20 et 25 ans et, pour en attester, nous effectuons des tests rigoureux.

La durabilité est au cœur des tendances actuelles et, chez Blum, nous nous efforçons de répondre à ces attentes tout en restant fidèles à nos valeurs d'innovation et de responsabilité environnementale.

> *« Un regain d'intérêt des consommateurs pour les produits biosourcés »*

J.M. – Quelles solutions proposez-vous pour répondre aux besoins des cuisines de petite taille, notamment dans les espaces urbains ?

M.R. – Les tendances actuelles en matière d'habitat privilégient des espaces urbains aux surfaces plus réduites. Cela pousse les consommateurs à rechercher des solutions optimisant chaque mètre carré. Chez Blum, nous répondons à cette demande avec des solutions de rangement intelligentes, comme Space Step [1.5].

Ce système innovant de tiroir-socle permet d'atteindre facilement les meubles hauts, tout en offrant un accès sécurisé aux enfants pour qu'ils puissent participer aux tâches quotidiennes. Space Step exploite pleinement le volume de rangement des meubles de cuisine en facilitant l'accès aux zones difficiles à atteindre, tout en combinant praticité et sécurité.


1.6

J.M. – Comment les solutions proposées par Blum s'adaptent-elles aux besoins croissants d'ergonomie, que ce soit pour les familles, les personnes âgées ou les utilisateurs en situation de handicap ?

M.R. – La domotique développée par Blum est spécialement conçue pour répondre aux besoins croissants en matière d'ergonomie et de praticité. Nos produits intègrent des systèmes d'assistance électrique qui simplifient le quotidien de tous les utilisateurs, en rendant les espaces plus accessibles et fonctionnels. Ces solutions, comme la gamme Aventos [1.6], peuvent être adaptées aussi aux personnes en situation de handicap, en leur permettant d'utiliser les équipements de manière autonome et sans effort.

Elles répondent également aux besoins des seniors, en leur offrant des dispositifs ergonomiques qui facilitent leurs gestes du quotidien. Ainsi, Blum met un point d'honneur à concevoir des innovations inclusives, pensées pour améliorer la qualité de vie de toute la famille.

Sarah Jay DE ROSA

DÉCOUVREZ NOS **PETITES ANNONCES**

à saisir dès maintenant !







Cliquez sur la catégorie
"en magasin", *"btob"* ou *"business"*
pour découvrir les dernières
petites annonces sur notre site web.

Pour connaître les modalités de publication,
les tarifs et les dates de parution
contactez-nous par téléphone
au **04 67 58 82 28** ou par email
à **market@journalmarket.fr**.

www.journalmarket.fr

Journal Market





Restez connecté à l'essentiel !

Découvrez d'autres actualités sur LinkedIn !

#JournalMarket



Cliquez sur cette annonce presse ou scannez ce QRcode et suivez-nous dès maintenant !